الإعلام الخارق

إنقاذ الصحافة كي تنقذ العالم

تشارلي بيكيت



الإعلام الخارق

إنقاذ الصحافة كي تنقذ العالم

تأليف
تشارلي بيكيت

ترجمة
فايقة جرجس حنا

مراجعة
نيڤين عبد الرؤوف



الإعلام الخارق

SuperMedia

تشارلي بيكيت

Charlie Beckett

الناشر مؤسسة هنداوي سي آي سي
المشهرة برقم ١٠٥٨٥٩٧٠ بتاريخ ٢٦ / ١ / ٢٠١٧

٣ هاي ستريت، وندسور، SL4 1LD، المملكة المتحدة
تليفون: ٨٣٢٥٢٢ ١٧٥٣ (٠) ٤٤ +
البريد الإلكتروني: hindawi@hindawi.org
الموقع الإلكتروني: http://www.hindawi.org

إنَّ مؤسسة هنداوي سي آي سي غير مسئولة عن آراء المؤلف وأفكاره،
وإنما يعبِّر الكتاب عن آراء مؤلفه.

تصميم الغلاف: إيهاب سالم.

الترقيم الدولي: ٩٧٨ ١ ٥٢٧٣ ١٣٥٧ ٦

جميع الحقوق محفوظة لمؤسسة هنداوي سي آي سي.
يُمنَع نسخ أو استعمال أي جزء من هذا الكتاب بأي وسيلة تصويرية أو إلكترونية أو ميكانيكية، ويشمل ذلك التصوير الفوتوغرافي والتسجيل على أشرطة أو أقراص مضغوطة أو استخدام أي وسيلة نشر أخرى، بما في ذلك حفظ المعلومات واسترجاعها، دون إذن خطي من الناشر.

Arabic Language Translation Copyright © 2017 Hindawi Foundation C.I.C.
SuperMedia
Copyright © 2008 Charlie Beckett.
All Rights Reserved.

المحتويات

ثناء على الكتاب

يكتب تشارلي بيكيت مقدِّمة جادَّة ولكنها سهلة الفهم للتحديات الفكرية والمهنية التي تجابهها الصحافة المعاصرة. يقدِّم هذا الكتاب نقاشًا حول أهمية الصحافة في المجتمع، وفي الوقت نفسه يقدِّر تأثير قطاع الأعمال والتكنولوجيا في هذه المساهمة؛ وبذا يمثِّل قيمة لا تقدَّر بثمنٍ لطلاب الإعلام الذين يتطلَّعون إلى الاطِّلاع على دراسة حديثة أعدَّها ممارسٌ محنَّك وعميق التفكير.

أدريان مونك، رئيس قسم الصحافة والنشر بجامعة سيتي بلندن

تحتاج فكرة الصحافة الشبكية وممارستها إلى هذا الفحص الشامل وهذا البيان الذي يدعمها. أؤيد تشارلي بيكيت في زعمه بأننا في حاجة في مجال العمل الإخباري وفي المجتمع إلى صحافةٍ شبكية؛ ليس فقط بغرض حماية مستقبل الصحافة ولكن من أجل مد آفاقه أيضًا.

جيف جارفيس، مدوِّنٌ وأستاذ بكلية الدراسات العليا للصحافة في جامعة مدينة نيويورك

تشارلي بيكيت على وعي بدواخل مجال عمل الصحافة؛ وهو ما يتضح في هذا الكتاب. يا له من تحليلٍ قويٍّ للتحديات الكبيرة التي تواجهنا كلنا، سواء مراسلين أو قرَّاء أو مدوِّنين أو مشاهدين! اقرأه وابدأ العمل.

جون سنو، مقدِّم نشرة أخبار القناة الرابعة

يرسم هذا الكتاب المهم مسارًا تفصيليًّا للأزمات الحالية التي تجابهها الصحافة؛ من أزمة ثقة وأزمات اقتصادية وتكنولوجية، ويشير إلى طريقة لإعادة تبنِّي هدف اجتماعي واسع النطاق.

ريتشارد سامبروك، مدير خدمة بي بي سي الإذاعية العالمية

هذا الكتاب مُهدًى إلى الأشخاص الذين صنعوا قصة حياتي: إريكا وروجر بيكيت، وآنا فيوتشتوانج، وبيلي وإيزاك بيكيت.

شكر وتقدير

أود أن أتقدم بالشكر للأشخاص الآتين لتقديمهم يد العون: الباحثة هولي بيترسون، ومساعدتي لورا كيرك-سميث، وآنا فيوتشتوانج على مساعدتها الخاصة في تنقيح الكتاب، وأتوجه بالشكر إلى الأستاذين الجامعيين والصحفيين أدريان مونك ومايكل باركس لما قدماه من ملاحظات على هذا الكتاب. كما أتوجه بالشكر لزملائي الجدد بقسم الإعلام والاتصالات بكلية لندن للاقتصاد وقسم الصحافة بكلية لندن للاتصالات من أجل الأفكار التي ألهموني بها، وأشكر الصحفيين والمواطنين كافةً الذين شاركوا في مناقشات وأبحاث مؤسسة «بوليس» البحثية التي استعنت بها في هذا الكتاب.

أخيرًا أود أن أُثني على مئات الصحفيين البارعين الذين عملت معهم خلال العَقْدَيْنِ الماضيين في مؤسسات إخبارية عظيمة مثل صحيفة ساوث لندن بريس، ومحطة إل دابليو تي، والبي بي سي، ونشرة أخبار القناة الرابعة البريطانية وغيرها.

تمهيد

بادِئَ ذِي بَدْءٍ دَعُونا نوضح الآتيَ: لا يزعم أحدٌ أن الهُوَاة سوف يَحُلُّونَ أو ينبغي أن يَحُلُّوا محل المهنيين؛ فليس هذا هو الغرض من الصحافة الشبكية؛ المفهوم الذي يدور حولَه هذا الكتاب. إنما تهدف الصحافة الشبكية إلى الاستفادة من فرص التعاون الجديدة التي يقدِّمها وَسَطُ الإنترنت المترابط؛ فقد يعمل الآن المهنيُّ والهاوي، والصحفي والمواطن العادي معًا؛ لتجميع ومشاركة أخبارٍ أكثر بطرقٍ أكثر لأشخاص أكثر، مما كان ممكنًا في أي وقت مضى. والصحافة الشبكية تقوم على حقيقةٍ بسيطة وبديهية ونفعية: يمكننا معًا أن نفعل أكثر مما يمكن لكلٍّ منا أن يفعله على حِدَةٍ.

وبالفعل شرعْنا أنا والمؤيِّدون لهذه الفكرة في العمل معًا؛ ففي خريف ٢٠٠٧، عقدتُ «قمة الصحافة الشبكية» في كلية الدراسات العليا للصحافة بجامعة مدينة نيويورك حيث أعمل أستاذًا مساعدًا. عندما قدَّمتُ للحصول على منحة من مؤسسة ماك آرثر التي مكنتنا من إقامة الحدث، ظننت أن مهمتنا ستقتصر على إقناع الناس بمدى عظمة الفكرة. لكن عندما حان موعد المؤتمر، بدا جليًّا أن جهودًا كثيرة في الصحافة الشبكية — معظمها قَيْدَ التجريب — قد بدأ بذلها بالفعل؛ وعليه صارت مهمتنا عرض أفضل الممارسات — بعضها مذكور في هذا الكتاب — وتحديد الخطوات التالية. ومن الأمثلة على ممارسات الصحافة الشبكية أن إحدى الصحف بولاية فلوريدا دعت القرَّاء إلى التفتيش عن أخبار وفضائح في مجلدات من البيانات خاصة ببرنامج حكومي للإغاثة أثناء العواصف. وفي حين طلبت

محطة راديو بنيويورك من مستمعيها تحديد أحياء المدينة التي تكتوي بنار غلاء أسعار اللبن والجِعَة، كانت إحدى الشركات الناشئة بولاية بافاريا الألمانية تنشر مجلاتٍ محلية مربحة تقدِّم محتوًى يُعدُّه مجموعة من الجيران المحليين. وتمخَّض لقاء هؤلاء الممارسين الأكْفاء للصحافة الشبكية عن المزيد من الأفكار والمشروعات، من بينها شركة تعاونية لتطوير برامج إلكترونية تسهِّل تجميع البيانات من الجماهير في المشروعات التي تَعهد لهم بمهمة جمع الأخبار. إن قدرة الإنترنت على توصيل بعضنا ببعض وبالمعلومات تجعل كل هذا ممكنًا.

على أن الصحافة الشبكية ليست وليدة الفرصة وحدها بل الحاجة أيضًا، فالآن تجد المؤسسات الإخبارية — التي كانت تنعم في وقت ما بمكانة حصينة، إن لم تكن تحتكرها، بوصفها الجهة المالكة للمطابع أو أبراج البث — نفسَها أمام منافسة غير محدودة، لا على مستوى المحتوى وجذب الانتباه فحسب وإنما أيضًا على مستوى العائدات. إنها تتقلص الآن، لكنها ليست مضطرة إلى ذلك؛ إذ يمكن لهذه المؤسسات أن تنموَ فعليًّا من خلال إنشاء شبكات من الجهود الصحفية ثم الانضمام لتلك الشبكات، وكذلك المساعدة في تولي المسئولية والتحرير والتدقيق والتعليم، وبالطبع في إدرار الأرباح. يمكن للصحف أن تصب تركيزها على نطاق محلي أو أن تصبح عالمية، ويمكن أن تمتلك المحطات التليفزيونية كاميرات في كل مكان، ويمكن أن يعيِّن المحققون أعدادًا أكبر بكثير من المساعدين ليساعدوهم في التفتيش عن الحقائق، ويمكن أن تصير المواقع الإخبارية أكثر كفاءة عبر تنفيذ المهام التي تجيدها وخلق روابط بينها وبين القائمين ببقية المهام، ويمكن للمراسلين تلقي مساعدة وتصحيحات فيما يتعلق بأعمالهم قبل النشر وبعده.

إن الوسائل التي يمكن أن يستعين بها الصحفيون في زيادة مستمرة. تمكِّن الروابط الإلكترونية ومحركات البحث الصحافة من الانتشار، وتتيح المدوَّنات لأي شخص النشر وتقديم مساهمة، وتساعد الهواتف المحمولة الشهود على مشاركة ما يرونه — حتى أثناء حدوثه — في صورة نص، أو صور، أو صوت، أو مقطع فيديو. كما تُمكِّن قواعد البيانات ومواقع الويكي مجموعات كبيرة من الأفراد من دمج معرفتهم. تستطيع الخدمات الاجتماعية توصيل الخبراء بمجتمعات المعلومات.

في رأيي؛ هذا هو الوضع الطبيعي للإعلام: أن يكون ثنائيَّ الاتجاه وتعاونيًّا؛ فالطبيعة الأحادية الاتجاه لوسائل الإعلام الإخبارية حتى الآن كانت مجرد نتاج القيود التي يفرضها الإنتاج والتوزيع. نشرة الأخبار التي تُصنع بنجاح هي تلك التي تكون في شكل حوار بين

أولئك الذين يعرفون وأولئك الذين يبتغون المعرفة، مع قيام الصحفيين — في أدوارهم الجديدة كمسئولين ومساعدين ومنظمين ومعلمين — بالمساعدة حيثما أمكن؛ إذ لم تَعُدْ ثمرة عملهم صحفًا متدنية القيمة وإنما عملية من التنوير المتزايد.

من ثم تتغير وسائل الصحافة واقتصادياتها وبنيانها وأدواتها وتقنياتها كافةً، إلا أن ما أرجو له التغيير هو ثقافتها؛ إذ أتمنى أن تصير الصحافة أكثر انفتاحًا وشفافية واتساعًا ومرونة. أومن أن الصحافة ستصبح أقوى وستكتسب قيمة أكبر كجزء من شبكةٍ مقارنةً بوضعها السابق كنتاج قرائح جماعة من الخبراء المهنيين. أومن أيضًا أن الهواة الذين يساعدون في هذه العملية سيكونون أفضل؛ لأنهم سيتعلمون المعايير والممارسات والدروس التي تعلَّمها الصحفيون على مدار سنوات. كلاهما سيكون في حال أفضل إذا أدركوا أننا نواجه هذا معًا؛ فنحن أعضاء المجتمعات نفسها. لكن حتى مع كل هذا التغير، تبقى المهمة الجوهرية للصحافة ثابتة: ألا وهي أننا نريد أن نُمِيطَ اللِّثام عَمَّا يعرفه العالم وما يحتاج العالم أن يعرفه وأن نربطَهما معًا.

عندما استهللتُ استكشاف هذه الأفكار بنفسي، قريبًا من الوقت الذي بدأت فيه التدوين كمحررٍ تَحَوَّلَ من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية عام ٢٠٠١ — انظر www.buzzmachine.com — أطلقت على هذه الفكرة، مثل كثيرين، «صحافة المواطن». لكنني تراجعت عن هذه التسمية في وقت لاحق لثلاثة أسباب: أولها، أنني أرى أنه من الخطأ تعريف الصحافة بناءً على من يقوم بها؛ لأن ذلك يشير ضمنيًّا إلى أهلية — أو بالتبعية عدم أهلية — الصحفيين. من المفترض تعريف الصحافة في ضوء الفعل، وهي فعل يمكن لأي شخص أن يقوم به. ثانيها، أتذكَّر محررة على الإنترنت لإحدى الصحف وهي تدنو من مكبر الصوت في أحد مؤتمرات الصحافة الإلكترونية متحدية إياي وأنا أتحدث في ندوة وسط مجموعة من الخبراء قائلة — وعيناها مغرورقتان بالدُّموع: «أنا أيضًا مواطنة»، فأجبتها: بالطبع أنتِ مواطنة. وكلما بكَّر الصحفيون في التصرف كمواطنين في عوالمهم، تحسَّن حال كلٍّ من المواطنين والصحفيين. ثالثها، بدأت أُدرك أن العبارة الطنانة «صحافة المواطن» لا تستطيع بأي شكل من الأشكال أن تنقل القوة الكاملة للتعاون الذي أصبح ممكنًا الآن بفضل الإنترنت.

يستطلع تشارلي بيكيت ببراعةٍ هذه القوة التي تتمتع بها الصحافة الشبكية والتي تكمن في وسائلها وفرصها وتأثيراتها في الصفحات التالية. قبل هذا الكتاب، اقتصر تناول الصحافة الشبكية في المقام الأول على منشورات المدوَّنات وحلقات المناقشة في المؤتمرات.

تحتاج فكرة الصحافة الشبكية وممارستها هذه الدراسة الشاملة وهذا البيان التأسيسي لدعمها، وأؤيد حجة تشارلي بيكيت بأننا نحتاج في مجال الأخبار وفي المجتمع إلى الصحافة الشبكية؛ لا من أجل حماية مستقبل الصحافة فحسب، وإنما من أجل مد آفاقه أيضًا.

جيف جارفيس

نيويورك

ديسمبر ٢٠٠٧

مقدِّمة:
موقع ديلي بلانِت دوت كوم

لماذا يجب علينا إنقاذ الصحافة كي تنقذ الصحافة العالم؟

أقنعتني ثلاثة أحداث مررت بها بأن مهنتي قد تغيرت إلى الأبد؛ أولها عندما كنت واقفًا في غرفة الأخبار في المحطة التليفزيونية التي أعمل بها أحاول أن أقرر ما إذا كنت سأعرض على الجمهور سلسلة من الرسوم الكاريكاتورية التي نُشرَت في صحيفة دنماركية وأسفرت عن اندلاع أعمال شغب في أنحاء العالم. كانت هذه معضلة أخلاقية خطيرة أثارت أسئلة عميقة في مجالَي السياسة والتحرير لم يكن ممكنًا الإجابة عنها في الخمس والأربعين دقيقة المتبقية لنا قبل البث المباشر على الهواء. وثانيها، حينما كنت واقفًا على ضفاف النيل برفقة مقدِّم نشرة أخبار القناة الرابعة جون سنو إبَّان فترة الإعداد لقمة «مجموعة الثَّماني» لزعماء العالم في جلنيجلز باسكتلندا في يوليو ٢٠٠٥. وكنا حينها نبثُّ البرنامج على الهواء مباشرة كل ليلة من أوغندا في محاولة لعرض أحداث العالم من المنظور الأفريقي. حملنا أحدث معدات البث الخارجي الخاصة بنا على ظهر شاحنة مسطحة ضخمة إلى مواقع مثل قرية أوغندية نائية، وهناك وجدنا أطفالًا لا يزالون يموتون من الملاريا بسبب عدم توافر شيء رخيص مثل الناموسيات المكافِحة للبعوض. وكنت قد اضْطُرِرْتُ فَوْرَ وُصولي من أفريقيا هذا الأسبوع إلى الإسراع إلى الاستوديو من أجل المساهمة في إعداد برنامج مطول يتناول في الأساس تفجيرات لندن التي قام بها مجموعة من المسلمين المولَّدين في بريطانيا.

كانت الحافلة المحطمة ومحطات مترو الأنفاق التي تنبعث منها رائحة الدخَان جميعها على بُعد دقائق من محل إقامتي وعملي. ثلاثة أحداث: سلسلة الرسوم الكاريكاتورية، وأفريقيا، وتفجيرات لندن؛ ثلاثة أحداث تشابكت بأصداء قوية وبطريقة ما. شيء ما أخبرني أن هذه الأخبار والطريقة التي كنا نقدمها بها كانت مختلفة تمام الاختلاف عن أي شيء آخر كان ممكنًا أو متوقعًا حتى منذ بضع سنوات. عندما انضممت إلى فريق عمل نشرة أخبار القناة الرابعة المملوكة لهيئة التليفزيون المستقل عام ١٩٩٩ لم يكن لدى غرفة الأخبار سوى جهازَي كمبيوتر متصلين بالإنترنت وكانت الهواتف المحمولة لا تزال قليلة الاستخدام، وعندما غادرتها لإنشاء مؤسسة بحثية صحفية جديدة بكلية لندن للاقتصاد عام ٢٠٠٦ باتت هذه الأدوات هي الأدوات الأساسية لكل صحفي، حتى أولئك الذين التقيتهم في أوغندا. لكن الأهم من تغيُّر التكنولوجيا كان التكالب الجديد على المشاركة والاتصال الذي لاحظته. كنت على قناعة بأن الصحافة كانت بصدد «نقطة تحول»، وهذا الكتاب بمنزلة بيان يعرض آرائي عن وسائل الإعلام بصفتي صحفيًّا بل وأيضًا بصفتي مواطنًا في هذا العالم. يسمع الصحفيون على الدوام أن وسائل الإعلام الإخبارية تتمتع بقوة هائلة لتشكيل المجتمع والأحداث، ولتغيير الحَيَوَات والتاريخ، إذن فلماذا نحن كمجتمع غير مكترثين لمستقبل الصحافة نفسها؟

من الصعب جدًّا أن تكون لدينا نظرة حيادية عن وسائل الإعلام الإخبارية؛ فالعاملون فيها ميالون إلى تكوين آراء مبالغ فيها عن حالة مجال الإعلام بناء على تطلعاتهم وتجارِبهم؛ فهم ينظرون إلى الأمور من منظور قطاع معيَّن في مهنتهم: كالإذاعة، أو الطباعة، أو الصحافة الإلكترونية. هذا إلى جانب التحيز لموضوع تخصصهم: السياسة، أو الفنون، أو الرياضة، أو الشئون الخارجية. والصحفي دائمًا ما يعكس توجهات عصره: فهناك عصر التليفزيون الذهبي الذي تميَّز بوفرة الموارد في سبعينيات القرن العشرين، أو عصر ازدهار صحف التابلويد المصغرة في ثمانينيات القرن العشرين، أو عصر المثالية الريادية للإنترنت في تسعينيات نفس القرن، وبأي منطق يمكن مقارنة تجربة صحفي يعمل في موقع إخباري بمدينة سياتل بتجربة الصحفية جاليما بوخاربيفا بأوزباكستان، مثلًا، وهي تحاول نقل تقرير عن مجزرة أنديجان؟[1] من المفترض أن يجدَّ الصحفيون في طلب الحيادية، ومع ذلك إذا سألتهم عن حياتهم في العمل ومجالهم، عادة ما ستجد آراء متحيزة تعَبِّر عن وجهة نظر شخصية؛ بل وقد يكون رأيهم مبتذلًا وعاطفيًّا.

إذن لماذا لا نلجأ إلى الأشخاص الذين يتعامل الصحفيون معهم: الساسة والمعلنين والخبراء؟ أو حتى لماذا لا نلجأ إلى أولئك الأشخاص الذين يهتم الصحفيون بهم دائمًا

ولكن قلَّما يلتقونهم: القرَّاء، أو المشاهدين، أو المستمعين. كل هذه الفئات لديها آراء قوية للغاية وذاتية بشكل مذهل عن وسائل الإعلام الإخبارية؛ مما يجعل آراء الصحفي العادي تبدو كما لو كانت سيلًا من الأفكار الحيادية والمدروسة التي لا تشوبها شائبة. وبصفة عامَّة، يميل العامَّة أو الجماهير إلى الحكم على وسائل الإعلام الإخبارية بناء على آخر شيء تابعوه في الإعلام أو آخر تجرِبة لهم مع وسائل الإعلام الإخبارية. هكذا ينزِع القارئ إلى أن يبديَ رأيَه عن وسائل الإعلام الإخبارية بِناء على الصحيفة أو المجلة التي يقرؤها (أو الصحف الكريهة التي يستحيل أن يقرأها تحت أي ظرف). في حين أن المصرفيين أو الساسة أو أصحاب المحال أو الفنانين يميلون إلى الحكم على وسائل الإعلام الإخبارية بِناء على الطريقة التي يتناول بها الإعلام عملهم؛ وعليه يُصاب الخبير الرأسمالي بالإحباط من فشل الصحفي في فهم الأسباب التي تجعل أرباحهم الفلكية تخدم الصالح العام للاقتصاد، ولا يفهم تاجر التجزئة عدم قدرة الصحفي على تأييد مبدأ «الشراء على مسئولية المشتري»، ويحنق الفنانون على رغبة النقاد الشخصية في الانتقام وخشونة ذوقهم؛ فهم لا يستطيعون تذوُّق الطبيعة الثورية بحق لأعمالهم. أما عن الساسة، فمن المفارقة أنهم يحتقرون ويحنقون على عمل وسائل الإعلام الإخبارية، وفي الوقت نفسه يدركون تقاربهم مع الإعلاميين؛ فالسياسيون والصحفيون المتوسطو الكفاءة يتشاركون في ضيق وقتهم، وفي أخلاقياتهم القابلة للتغير لتناسب جميع الأجواء، وفي علاقتهم التي تتأرجح بين الحب والبغض مع العامَّة والسلطة والحقيقة.

وعليه، أخشى أن دور الصحفي هذه المرة هو محاولة فهم ماذا يحدث لوسائل الإعلام الإخبارية. أنا لست أدعي الحيادية أبدًا؛ فأنا حتى لا أملكها كصحفي، لكنني أَجِدُّ في طلب النزاهة وتحري الدقة والشمولية، وأرفض التظاهر بأنني شخص عديم الأهمية ومجرد وسيط حيادي تمر من خلاله الحقائق والآراء بانسيابية إلى العامَّة؛ لذا دعوني أشرح باختصار أساس تقييمي للصحافة ومستقبلها. كما سيتضح فيما بعد، لا يقدِّم هذا الكتاب تاريخًا للصحافة، ولا يحاول فحص حالتها الراهنة باستفاضة؛ فهذه مهمة أشبه بالكتابة على الماء في الوقت الحالي. بلا ريب يشكل الماضي والحاضر الصحافة ومستقبلها بالمثل، لكن ما أود فهمه هو القوى التحريرية التي تخلق حاليًّا ما أُصِرُّ على تسميته صحافة «جيدة»، وعندما نتحدث عن الصحافة المعاصرة فإننا نقصد فعليًّا الصحافة الرقمية؛ فهذا الكتاب هو بالرغم من كل شيء مقال عن سياسة الصحافة، وتأثيرها، وقدرتها على تسيير حدوث التغيير. والدافع وراء كتابته هو قناعة بأن الصحافة الآن تعاصر لحظة فريدة في تاريخ البشرية.

في هذا السياق، أعتبر هذه الحقائق عن الصحافة بديهية:

- تتوافر معلومات إخبارية وتنتشر الصحافة بغزارة أكثر من أي وقت مضى.
- لدى الصحفيين موارد تمكِّنهم من الوصول إلى الأشخاص في أي وقت وفي أي مكان وفي كل الأنحاء أكثر من أي وقت مضى، والجمهور لديه قدرة غير مسبوقة للوصول إلى وسائل الإعلام الإخبارية.
- أصبحت الصحافة ضرورية لسير حياتنا كأفراد ومجتمعات وللإدارة الناجحة للعلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية العالمية أكثر من أي وقت مضى.
- توجد فرص تكنولوجية وتعليمية واقتصادية لحدوث توسع هائل لتأثير الصحافة ولأن يكون هذا التأثير نافعًا.

إن هذه المجموعة المتفائلة من الادعاءات تتعلق في المقام الأول بالتقنيات الجديدة، وإن كانت تتعلق أيضًا باتجاهات عالمية أخرى مثل التحرر السياسي وتحرر السوق، ونمو التعليم، وتحرير فئات مجتمعية كالمرأة. كل هذا ساهم في حدوث توسع غير مسبوق لوسائل إعلام إخبارية حرة «نسبيًّا» حول العالم، ومع كل المعوقات التي يجابهها صحفيون في أماكن مثل روسيا أو أوغندا، فإن الوضع الراهن لوسائل الإعلام الإخبارية حول العالم ولنشر المعلومات المحلية يظل أفضل مما كان عليه في الماضي، والأهم هو أن الفرص أعظم بكثير. بَيْد أننا نعيش لحظة خطيرة؛ فالوفرة الحالية لوسائل الإعلام الإخبارية ليست حتمية، وليس هناك ما يضمن أن هذه الحالة النافعة نسبيًّا سوف تستمر أو تظل قائمة. لا يوجد شيء حتمي بشأن المنافع التي ستنهال علينا منها، بل العكس هو الصحيح؛ فثمة تهديدات هائلة تواجه جودة وسائل الإعلام الإخبارية وإمكانياتها، فقِيَم الانفتاح والتعددية والجودة جميعها مثيرة للجدل وقابلة للنزاع. أحيانًا ما تأتي هذه التهديدات من مصادر مألوفة مثل عمليات إضفاء الطابع التجاري أو السلطوية السياسية، وأحيانًا أخرى تتمثل التهديدات في مواجهة مشكلات جديدة مثل تفتت الجمهور الذي يأتي في أعقاب توفر إمكانية الاختيار. لكنني لا أرى أن التبرم من انقضاء عصر ذهبي وهمي للصحافة المتفانية في معايير الجودة يطرح نقدًا وافيًا للصحافة اليوم. مخاوفي أساسها السياسة وليس الحنين إلى الماضي. وأومن بشدة بأنه في خِضَمِّ التهافت على التطور الرقمي للصحافة، يتعيَّن علينا أن نحافظ على القيم التي تدعم الصحافة الحرة كجزء ناجح من مجتمع مزدهر، فلا ينبغي أن نسمح للخوف بأن يشكل المستقبل.

الصحافة مهمة؛ فنحن نعيش في عالم أكثر ترابطًا أصبحت المعلومات فيه أكثر أهمية لحياتنا من أي وقت مضى، والصحافة هي المسئولة عن نقل هذه المعلومات، وهي توفِّر لنا فرصة مناقشة أهميتها. من الصعب دائمًا تحديد لحظات بعينها أو تقديم وصف تفصيلي لمواقف محددة شهدت تحويل الصحافة لمجرى الأحداث بدلًا من الاكتفاء بروايتها. يكاد يكون مستحيلًا فصل تأثير الإعلام عن الظروف العامَّة للأحداث. على سبيل المثال، فشل الإعلام على ما يبدو في فضح ضعف المعلومات الاستخباراتية التي ساندت قضية بوش وتوني بلير في حربهما على العراق. أكان هذا يرجع إلى أن الإعلام كان واهنًا أو غير كفء أو مخدوعًا؟ نحن ندرك دون شك أنه لو كان الإعلام قد فضح هشاشة هذه القضية وتحيُّزها في وقت سابق، لصار لدينا سيناريو سياسي مختلف تمامًا وربما تسلسل أحداث مختلف. إن الفكرة التي أرمي إلى توضيحها هي أنه على الرغم من صعوبة القياس، فمن الصعب إنكار أهمية الإعلام المتزايدة في الأحداث العالمية.

ومع ذلك، ففي الوقت نفسه تخضع الصحافة نفسها إلى تغيرات عميقة لأسباب اجتماعية واقتصادية وتكنولوجية. ويتيح بعض من هذه التغيرات فرصة للصحافة للقيام بما هو أكثر من ذلك بكثير، بل وفي الواقع، تقدِّم هذه التغيرات الفرصة لظهور نوع جديد تمامًا من الصحافة. سألخص في هذا الكتاب ما أطلق عليه «الصحافة الشبكية»، وهي طريقة جديدة لممارسة الصحافة تزداد وضوحًا بالفعل. إن هذا النوع من الصحافة ما هو إلا انعكاس لوقائع ظهرت حديثًا، لكنه أيضًا فرصة لتغيير أخلاقيات الصحافة وفعاليتها على حدٍّ سواء. تتيح الصحافة الشبكية الفرصة لوسائل الإعلام الإخبارية لتعزيز دورها في المجتمع. هي اعتراف بأن الصحفيين المهنيين العاديين لا بد أن يتشاركوا عملية الإنتاج نفسها. تشمل الصحافة الشبكية صحافة المواطن والتفاعلية والبرامج مفتوحة المصادر وبرامج الويكي والمدوَّنات ووسائط التواصل الاجتماعية، ليست في صورة ملحقات وإنما كجزء أساسي من إنتاج الأخبار وتوزيعها نفسه. أرى أنه يمكننا من خلال تغيير الطريقة التي يعمل بها الصحفيون والطريقة التي يرتبطون من خلالها بالمجتمع أن ندعم الصحافة «الجيدة»، ويمكن للصحافة بدورها أن تكون قوة أعظم لنشر الخير. هذه هي الطريقة الوحيدة التي يمكن أن تجتاز بها الصحافة العاصفة الآتية. حتى في وقت البحبوحة هذا ثمة علامات على تغير في المناخ، وبالفعل قد انقشع الضباب وبدأنا نرى بوضوح أن المستقبل القريب يجلب معه مخاطر كثيرة على الصحافة الجيدة، وهي مخاطر اجتماعية وسياسية وثقافية وتجارية.

إنها أزمة «بيئية» يضاهيها البعض بمخاطر ملموسة كالتغير المناخي:

> أريد تعزيز فكرة الإعلام كبيئة؛ بيئة توفر عند أكثر المستويات الأساسية الموارد التي نحتاجها كلنا لإدارة الحياة اليومية. يترتب على هذا أن مثل هذه البيئة ربما تكون ملوثة أو تصير ملوثة، وربما لا تكون ملوثة أو لا تصير ملوثة. (أستاذ روجر سيلفرستون، «الإعلام والأخلاقية»)[2]

ما كان يشير إليه سيلفرستون هنا هو أن الصحافة يمكن أن تكون عاملًا محفزًا على الإصلاح في حياتنا يساعدنا على التعامل مع الكثير من مشكلات العالم، مثل الاحترار العالمي، ولكن قد تصبح هي نفسها ضحية التطورات التي يمكن أن توهن قدرتها على نقل التغير. إن سوء الفهم السائد بين الأشخاص الآن هو الأكثر خطورة على الإطلاق.

وعلى مستوى العالم يبدي مجال عمل وسائل الإعلام الإخبارية، الذي يبدو في ظاهره مزدهرًا، أمارات الاعتلال. بعض أعراض هذا الاعتلال واضحة؛ منها انحسار صناعة الصحافة في البلدان المتقدمة؛ وتركُّز ملكية وسائل الإعلام السائدة في الغرب؛ والسهولة المتزايدة التي بها يتحكم الجميع — بدءًا من مديري «جوجل» ووصولًا إلى الساسة الصينيين — في الإنترنت؛ وهناك أدلة على أن الأنظمة القمعية والقوات المناوئة للديمقراطية — بدءًا من المافيا الروسية ووصولًا إلى المتطرفين الإسلاميين — ينجحون بشدة في قمع حرية التعبير، وأي نوع من الصحافة هو الذي ننتجه بمثل هذه الوفرة؟ هل عالم صحافة الإنترنت يتجه إلى التمحور حول صحافة المواطن أم حول الأفلام الإباحية التي يصنعها الهواة؟

أرى أنه لا يزال أمامنا خمس سنوات — وربما عشرٌ — لإنقاذ الصحافة، بحيث يمكن للصحافة أن تنقذ العالم بدورها. بالتأكيد سوف يتناول الساسة وعامة الناس، لا الصحفيون، في النهاية قضايا مثل التغير المناخي والصراعات بين الأديان. لكن تخيَّل عالَمًا نحاول فيه أداء أي فعل ذي عواقب كبيرة «دون» وسائل إعلام إخبارية موثوق بها وتتمتع بالشفافية. تخيَّل قضية مثل قضية ارتفاع درجة حرارة كوكبنا بكل تعقيداتها وطبيعتها العالمية في جوهرها. ثم فكِّر كيف سيكون من الأسهل التعامل معها إن كان لدينا صحافة شبكية تتبنى ميثاقًا جديدًا قائمًا على التبادل مع «جمهور» تفاعلي عالمي. هذه هي رؤيتي عن نوع الصحافة المناسب لهذا القرن. أفطن جيدًا إلى الوقائع الدنيئة للصحافة، سواء كانت في غرفة أخبار متطورة في لندن أو في قرية أفريقية أو في مدن الهند الكبيرة، بَيْدَ أنني أفطن أيضًا إلى أن الصحافة تقدِّم أملًا كبيرًا لكل تلك الأماكن.

سوف يطرح هذا الكتاب في المقام الأول سبيلًا لفهم موقعنا الحالي؛ فعلى غرار المسافرين في الريف نحن نألف البيئة المحيطة بنا مباشرة. لكن فيما تزيد سرعة خطى رحلتنا يكون من الأصعب رؤية المعالم الدقيقة للصحافة. تتحرك الأرض من تحت أقدامنا وسرعان ما سنجد أنفسنا في بلدة غريبة. لا أستطيع وصف كل شيء، لكنني أود الإشارة إلى أننا اجتزنا الآن المرحلة الأولى من قبول الإعلام الجديد، وسوف أتناول نهجًا يقوم على مبدأ فكري بشكل أكبر لوصف الكيفية التي تغيرت بها أنماط نظم العمل والصحافة. وفيما أتناول المنظور الغربي[3] أود الإشارة إلى الكيفية التي تواجه بها أجزاء أخرى من العالم أيضًا تغيرات مفاجئة هائلة؛ لأنني أومن بأن الصحافة الشبكية هي في نهاية المطاف في غاية الأهمية عندما يُنظر إليها على أنها مفهوم عالمي من شأنه أن يقدِّم نموذجًا جديدًا للصحافة العالمية.

إن مِفتاح فهم إمكانية هذا التغيير، بالإضافة إلى عملية التغيير، هو فكرة الصحافة الشبكية التي نتناولها، وهي تصير بالفعل حقيقة من حقائق الحياة، ليس فقط في غرف الأخبار التي تحولت إلى غرف رقمية في الغرب، وإنما أيضًا في كل أنحاء العالم؛ فالوقائع التكنولوجية الجديدة مثل الهواتف المحمولة والقوى مثل قوة التحرر السياسي تمنح الجماهير دورًا أعظم في نقل أخبار عوالمهم. كذلك سأوضح من جديد الكيفية التي يتغير بها جوهر طبيعة الصحافة؛ إذ ليست هذه هي المرة الأولى التي تتغير فيها الطريقة التي ننقل بها الأحداث ونحللها ونعلق عليها. كثيرًا ما تقود التكنولوجيا هذه اللحظات المميزة؛ فالطباعة والتلغراف والإرسال الهاتفي والتليفزيون والأقمار الصناعية، والآن الإنترنت، كلها غيرت الطريقة التي تُمارَس بها الصحافة، لكن الأمر يتعلق أيضًا بجمهور أكثر جرأة وأوسع اطلاعًا. لا أعرف هل هذا تغير ثقافيٌّ أشبه بحركة الإصلاح البروتستانتي أو عصر التنوير. لكن يتراءى لي أن عالمًا متعدد المعتقدات في عصر ما بعد الحداثة وما بعد الثورة الصناعية يقتضي نوعًا مختلفًا من الفهم يتدفق إليه من خلال وسائل الإعلام الإخبارية.

الصحافة الشبكية هي وصف ومطمح؛ فهي تعيد التأكيد على قيمة المهام الجوهرية للصحافة، وتشيد بضرورة الصحافة ومنفعتها العامَّة التي لا يمكن إنكارها. إلا أنها تتشبث بعملية متطورة وإمكانيات واعدة جديدة. تشير الصحافة الشبكية إلى نوع من الصحافة فيه تنكسر عَمْدًا فُروق الماضي الصارمة بين المهني والهاوي، وبين المُنتِج والمُنتَج، وبين الجمهور والمشاركين، وهي تعتنق مفاهيم النفاذية وتعدد الأبعاد. هي أيضًا طريقة لِرَتْق الصَّدْع الدلالي ما بين «الإعلام التقليدي» و«الإعلام الجديد». سوف أستمر في هذا

الكتاب في الإشارة إلى «الإعلام الجديد» و«الإعلام التقليدي» باعتبارهما طريقة نافعة لوصف القوى التي تشكل صناعة الصحافة. لكن في حقيقة الأمر، كما قال توم أرميتاج،[4] المصطلح الأفضل هو «الإعلام القادم»؛ لأن الجميع سيستخدم التكنولوجيات «الجديدة» في لحظة ما قريبًا. الصحافة الشبكية هي مصطلح عامٌّ يُستخدَم للإشارة إلى أنواع كثيرة من الممارسات الإعلامية الأكثر ترابطًا، لكن لن ينطبق مفهوم التشابك على جميع صور الصحافة؛ فبعض «الهواة» سيظلون دون تزحزح ضمن فئة منعزلة عن «المهنيين»، وسُيلاحظ أن الكثير من وسائل الإعلام الإخبارية لم تتغير نسبيًّا. إلا أن الطريقة التي تخلق بها التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية جماهير وطرق توزيع ومجتمعات جديدة تتطلب نهجًا جديدًا، والصحافة الشبكية هي واحدة من طرق وصفها وممارستها.

الدليل الأخير على أهمية الصحافة الشبكية نجده في عالم السياسة، فسوف أفحص تأثير الإعلام الجديد في التغطية السياسية، وأرى إن كان للصحافة الشبكية أي تأثير على الطريقة التي نتفهم بها كيفية التعبير عن السلطة. وسوف أتناول تحديدًا آخر ما وصلت إليه الحرب بين النشطاء السياسيين «الذين يعبِّرون عن آرائهم عبر شبكة الإنترنت»، والصحفيين، والساسة في الولايات المتحدة. بعدها سأتناول عالم المدوِّنين السياسيين في وستمنستر البريطانية، وهو عالم مُسْتَعِرٌ إلى حد استثنائي، وإن كنتُ أَرُوم أيضًا فَحْص كون الصحافة الشبكية والتكنولوجيا الجديدة يقدمان نموذجًا جديدًا للإعلام في أماكن مثل أفريقيا، التي عادة ما يُنظر إليها على أنها لا تزال متعثرة في طريق تطوير أسواق إعلامية تقليدية. بالتأكيد ما نتناوله ها هنا هو تعريف ضيق نسبيًّا للسياسة يقصر تناولها على منظورَيِ الصحافة والحكم. وثمة أيضًا مخطط عمل أكبر للإعلام والمشاركة المدنية لا بد أن تتفاعل معه أيضًا صحافة المستقبل.

لا تواجه الصحافة تحدِّيًا عالميًّا أكبر من تحدي قدرتها على التعامل مع أخبار الإرهاب والمجتمع المعقدة، وليس المرء مضطرًا إلى الاعتقاد في أفكار صراع الحضارات بالغة التبسيط كي يتفهم أن الأفكار تتمتع الآن بنفس قوة الاقتصاد في إثارة الصراعات والخصومات. ما تأثير الصحافة وهي تكافح للتعامل مع هذه الموضوعات شديدة الصعوبة؟ ومع تزايد تحول المنتديات الرقمية إلى وسيط يعبِّر عن هذه القوى، أيمكن للصحافة الشبكية أن تطرح اتفاقًا جديدًا بين مختلف الثقافات، وبالمثل أيضًا بين الصحفي والجمهور؟

تقدِّم الصحافة الشبكية حلًّا لتحدٍّ آخر يجابِه الصحافة، فإذا أرادت وسائل الإعلام الإخبارية التمتع بالقدرة على نقل هذه النقاشات المتنوعة وفهم هذه الأخبار الجديدة، فلا

بد أن تكون هي ذاتها أكثر تنوعًا. أقصد بهذا نوعية الأشخاص الذين يعملون في الصحافة وطبقاتهم الاجتماعية وانتماءاتهم العرقية وخلفياتهم. وأقصد أيضًا المناهج المختلفة التي ينهجونها وتنوُّع الأساليب والموضوعات والأخبار التي يقدمونها. ثمة نقص في التنوع في الصحافة في الوقت الحالي. يحدث هذا في وقت يشهد تحسُّن مستويات التعليم وسهولة الدخول عبر الإنترنت إلى منصات الاتصالات؛ ما يدفعنا إلى افتراض كون وسائل الإعلام الإخبارية أكثر تنوعًا من أي وقت مضى، وبدلًا من ذلك هي تهدد بأن تكون هزيلة ومهلهلة عوضًا عن أن تكون تعددية وغنية بالموضوعات. هذا بالإضافة إلى وجود مشكلة تتعلق بتنوع الأشخاص العاملين بالصحافة. هناك أيضًا مشكلة تزايد صور الصحافة النمطية التي لا تنطوي على إتقان أو إبداع، ويعود أحد أسباب هذا إلى الضغوط التكنولوجية والاقتصادية. تقدِّم الصحافة الشبكية تنوعًا أكبر في المحتوى والمنتجين إذا أُمعن النظر فيها بشكل صحيح وخلَّاق.

وأخيرًا أود أن أعيد تقييم فكرة «محو الأمية الإعلامية»، فلا أمل في الصحافة الشبكية إذا كان الممارسون والعامة غير مؤهلين للمهمة. يتعلق هذا جزئيًّا بمهارات الصحفي، وفي حين يشكِّل ذلك قضية كبيرة في الاقتصادات الأقل نموًّا والمجتمعات المدنية الأقل تطورًا بشكل خاص، فإن الحاجة إلى المزيد من التثقيف الإعلامي هي حاجة عالمية. إن تحول الصحافة الشبكية إلى واقع في «أي مكان» أمر متوقف على الجماهير؛ فالأمر يتوقف على تزويد الناس — المعروفين مسبقًا باسم الجمهور — بالمهارات والموارد ليشاركوا في العملية، وتعليمهم الطريقة التي يشاركون بها في وسائل الإعلام الإخبارية، وفهم آلية عملها. وهو أمر يتجاوز المهام العملية التي يتناولها مجال الدراسات الإعلامية؛ إذ يتعلق أيضًا بمنح الأشخاص الموارد التي تساعدهم على تبنِّي تفاعل نقدي مع الصحافة، وهي أيضًا تثقيف سياسي. يحتاج الصحفيون والجماهير إلى امتلاك فكرة عامَّة عن واجباتهم وحقوقهم كذلك. أخيرًا أومن بشدة بأن الصحفيين — بمن فيهم الصحفيون العاملون بالصحافة الشبكية — لا بد أن تكون لديهم فكرة عما هو حيادي وما هو حق. يشير هذا إلى أنه فيما يصيرون أكثر اندماجًا في المجتمع من خلال عملية الصحافة لا بد أن يحتكموا في النهاية وفي داخلهم إلى أخلاقيات عملهم. سيكون هذا توازنًا صعب التحقيق بشدة، بل وسيكون من الأصعب جدًّا تعريف الحدود ووضع قواعد السلوك المهني. في النهاية، ليس أمام الصحفيين خيار؛ فسوف يصير عملهم أكثر تشابكًا شاءوا أم أبَوْا. إن مهمتنا كممارسين إعلاميين هي التفكير برويَّة في العواقب، والكدُّ في العمل، والعمل على

نحو أكثر إبداعية من أجل استغلال الفرص. هكذا يدرك الجماهير والساسة والصحفيون الدور الكامن لوسائل الإعلام الرقمية في تعزيز الحكم الجيد والتطور الحسن في كل أنحاء العالم. عندئذٍ سيكون لدينا إعلام يتمتع بقوًى «خارقة». لكن قبل أن تستطيع الصحافة أن تنقذ العالم، علينا أن ننقذ الصحافة.

الفصل الأول

«النجدة! النجدة! من سينقذنا؟»

المشهد الإعلامي الجديد

(١) مقدِّمة

انجرفنا كلنا في أعظم ثورة واجهها مجالنا ومؤسستنا الصحفية على الإطلاق.
(روبرت روزنثال؛ مدير تحرير صحيفة سان فرانسيسكو كرونيكل. في بيان استقالته)[1]

تشهد الصحافة حاليًّا تغيرات جذرية؛ وكأنها تستقل عربة في قطار الملاهي الذي يمكن أن يكون مثيرًا ومبهجًا لكن في الوقت نفسه مرعبًا للغاية. يفقد آلاف الصحفيين حول العالم وظائفهم، ومئات فقدوا أرواحهم. هي ليست مهنة «آمنة» بأي مدلول الآن. قد يزعم البعض أن ذلك لا يستدعي اهتمامًا؛ إذ فَقَدَ عمال شركة ديترويت للسيارات وظائفهم أيضًا، ولا ينعم العاملون بمجال الإغاثة بوقت هانئ في أماكن مثل دارفور أو العراق أيضًا. لكني أعتقد أن تلك قضية تستحق النظر لأن الصحافة تلعب دورًا اجتماعيًّا وسياسيًّا، وفي وسعها أن تصبح مصدر نفع لك. وهي قضية مهمة أيضًا لأن الصحافة مجال عمل عالمي ينطوي على قدر كبير من آليات توليد الثروة، وهي تلعب دورًا لا غنًى عنه في التشغيل الفعال للاقتصادات ولا سيما الأسواق المالية. فكيف يمكن للمرء أن يدير حياته المعقدة بدون معلومات جيدة؟ وكيف يتمكن من اختيار مدرسة أطفاله أو نوع سيارته التالية؟ إذن حتى وإن لم تكن مشفقًا على الصحفيين المساكين، أدعوك إلى أن تفكر في مصلحتك الشخصية.

ما مشكلة مجال عمل وسائل الإعلام الإخبارية؟ إنها تمتطي موجة من الابتكارات التكنولوجية، أليس كذلك؟ كيف يمكن أن تهدد كل هذه المدوَّنات والمواقع والأدوات البارعة الصحافة؟ ما الذي حدا بمحرر على الإنترنت لصحيفة بريطانية مدوية النجاح أن يقول لي — بشكل غير رسمي:

> في خلال السنوات القلائل التالية سوف يُضْطَرُّ المساهمون إلى أن يضعوا في حُسْبانهم التخليَ عن نصيبهم في الأرباح، أو سيُضْطَرُّ ملاك المؤسسات التي نعمل بها إلى التفكير هل بمقدورهم قضاء بضع سنوات بدون أرباح ريثما نعيد هيكلة المجال.

ما نشهده الآن هو ليس تقادمًا وشيك الحدوث لصناعة منقرضة، بل حتى الإعلام التقليدي مثل الصحف لا يمكن مقارنته مثلًا بصناعة صنادل القنوات قبل عصر القطارات مباشرة. لكنه ليس أيضًا مجرد خطوة على طريق التقدُّم يجسدها التطور، من استخدام الآلة الكاتبة إلى برنامج معالج الكلمات على الكمبيوتر. سوف يتعيَّن إعادة هيكلة أنماط نظم العمل على مستوًى عميق وشامل تمامًا، ما سيسبب كمًّا هائلًا من المخاطر للاستراتيجيات الاقتصادية. تتلاشى عوائد الإعلانات أسرع بكثير من ظهور عوائد جديدة، وتبتلع المنافسة المكاسب التي تجلبها الكفاءة. يغير المستهلكون أذواقهم وعاداتهم ويعيدون توجيه قوتهم الشرائية، ويُضْطَرُّ المُنتِج، الذي هو رأس المال البشري، إلى التغير كليةً. المسألة ليست مجرد استثمار في تكنولوجيا وأنظمة جديدة؛ لأنه لا أحد يعرف أي تكنولوجيا ستكون هي الأوقع في خلال بضع سنوات، إنما يتعلق الأمر بثورة سوف تقودها واحدة من أهم قوى الكوكب الثقافية والاقتصادية، وكما يعرف كلٌّ منا من التاريخ، عادة ما تكون الثورات كريهة للغاية، وكثيرًا ما ينتهي بها الحال أن تسير في الاتجاه الخطأ تمامًا.

منذ أن تأسست مؤسسة «بوليس» البحثية (المنتدى الجديد المعني بالنقاش والبحث في الصحافة والمجتمع في كليتي لندن للاقتصاد ولندن للاتصالات)[2] في صيف ٢٠٠٦، وأنا أتحدث إلى قادة الإعلام وممارسيه عن الكيفية التي سوف يبقى ويزدهر بها عملهم في ظل معالم الإعلام الجديد، ويروق لي استخدام استعارة رحلة عبر معالم مختلفة لأنها توحي بالكيفية التي ستختلف بها الرحلة على حسب من أين تبدأ، والاتجاه الذي تسلكه، والمناظر التي تمر بها. تتحرك أسواق الإعلام المختلفة بسرعات متفاوتة، وسوف يسلك الصحفيون الأفراد، أو الوكالات الإخبارية، أو الجماهير، طرقًا مختلفة ويكون لهم آراء مختلفة.

سمعت إبَّان جلسات نقاش منتدى بوليس أفكار في غاية الإبداع لطرق جديدة لجني المال من الصحافة من خلال إعادة تقديمها في أشكال لم تكن ممكنة من الناحية التقنية — ناهيك عن أن تكون مربحة — منذ بضع سنوات. بعضها مستمد مباشرة من التكنولوجيا الجديدة، مثل صحفي الجريدة المحلية الذي يحيل مجلة على الإنترنت لمشجعي كرة القدم إلى منصة إعلامية لمواقع رياضية تجلب أرباحها من الإعلانات.[3] تبدو أفكار أخرى طُرحت أشبه بوسائل الإعلام «القديم» لكنها لا تزال تنتفع من الظروف الاقتصادية وظروف المستهلكين الجديدة التي بدأت في الظهور. على سبيل المثال في العصر الذي تكون فيه الأخبار على الإنترنت رخيصة ومتوفرة بغزارة قد يكون هناك سوق لمنتج يجمع ما بين المباهج الملموسة للإعلام التقليدي وبين محتوى صحفي حصري عالي الجودة على الطريقة القديمة. ما المانع في أن نبيع إصدارات يومية فاخرة تعج بكتابات كبار الكتاب إلى كبار الأثرياء مقابل ١٠ دولارات يوميًّا؟ أو لماذا لا تنفق المليارات للتغلب على أقرب منافسيك في مناقصة لشراء إحدى المؤسسات العالمية المنافسة؟ حسنًا، الفكرة الأخيرة ليست جديدة على الأرجح، فهي استجابة تقليدية من جانب أعضاء مجلس الإدارة للاحتفاظ بهوامش ربح ضئيلة، لكن سيكون من المثير للاهتمام أن ترى أي نوع من الاستراتيجيات ينجح.

ليست جميع التغيرات في نماذج العمل بمجال الصحافة ناتجة عن تغير تكنولوجي. تأمَّل على سبيل المثال النمو السريع في مجلات الرجال في المملكة المتحدة ثم تراجعها بعد ذلك؛ إذ نتج ذلك عن تغيرات تحريرية وثقافية واقتصادية في تركيبة اجتماعية لفئة فرعية بقدر ما نتج عن تكنولوجيا جديدة.[4] شهدت مجلات مثل مجلة «جي كيو» و«لوديد» انتعاشًا في سوق المملكة المتحدة في تسعينيات القرن العشرين نتيجة لزيادة فئة ثرية من الشباب في عصر ما بعد الحركة النسوية، وقد تهاوتا مؤخرًا جزئيًّا نتيجة لزيادة المواقع الإباحية على الإنترنت التي يسهل الوصول إليها، ولأنهما أيضًا أصبحتا عتيقتي الطراز. من الممكن أن تتطور كلٌّ منهما في بعض الجوانب التحريرية، لكن المشكلة الحقيقية تكمن في أن محتواهما أصبح متاحًا على الإنترنت وأن جمهورهما اتجه إلى الإنترنت، وهذا شيء لم يحدث بعد، بمثل هذه الطريقة اللافتة للنظر، مع سوق مجلات المرأة، لكن ربما يكون هذا مسألة وقت فحسب لأن معدل دخول النساء على الإنترنت في تزايد. لطالما كان لا يروق للنساء حالة العزلة الاجتماعية المرتبطة بالإنترنت. لكن، وفي نفس الإطار التنميطي لصورة المرأة، هل التسوق والتواصل الاجتماعي بلا شك ضمن نقاط قوة شبكة الإنترنت؟[5] النقطة التي أريد التأكيد عليها هي أن الأمر يتعلق بالأشخاص وليس بالبرمجة، والأمر الذي لا

يمكن إنكاره هو أن التغير الجوهري في اقتصادات الصحافة يتمحور حول الطريقة التي تسهل بها التكنولوجيا هذه التغيرات في نموذج استهلاك الأخبار.

ثمة ثورة موازية تحدث في نماذج العمل بمجال إنتاج الأخبار. تأمَّل كيف أصبح العمل بالصحافة أسهل وأرخص كثيرًا الآن مقارنة بخمس أو عشر سنوات مضت؛ فباستخدام هاتف محمول وكاميرا فيديو من تلك التي تُحمَل في اليد، وكمبيوتر محمول متصل بالإنترنت، أصبح الصحفيون الآن أكثر إنتاجية على نحو مطرد مما كانوا منذ خمس سنوات. تقدِّر جهة بثٍّ مثل هيئة التليفزيون المستقل في المملكة المتحدة نسبة التكاليف التي نجحت في تخفيضها بـ ٤٠٪ في الخمس سنوات الماضية، نتيجة تقليل عدد العاملين في المقام الأول. وفيما يلي يصف الشخص المسئول عن هذا التوفير في هيئة التليفزيون المستقل هذه العملية:

> كانت التكنولوجيا الرقمية هي المحرك الرئيسي لهذه العملية؛ فقد أتاحت للصحفيين أداء الكثير من المهام التي كان يؤديها متخصصون مثل المونتير، والباحثين، وأمناء المكتبات؛ بل وحتى المصورين. وستستمر هذه العملية لكنني أرى تخفيض التكلفة الهائل التالي سينبع من إمكانية النقل الأسهل للصور؛ فجميع مكونات البنية التحتية المرتبطة بنقل الصور عن طريق الأقمار الاصطناعية، مثل مسارات الأقمار الاصطناعية، والمنسقين الفنيين، وعربات التغطية الإخبارية عن طريق الأقمار الاصطناعية ومراكز التحكم الرئيسي، من المحتمل تخفيضها، فيما يسود نقل الصور القائم على الملفات ويصبح شائعًا وسهلًا.
>
> أما بعد؛ فأود أن أشير إلى أن التكاليف ستنخفض أيضًا لأن شرط توافر ميزانيات مرنة يمكن استخدامها لتغطية أية أحداث إخبارية محتملة، بَدْءًا من البث المباشر من أماكن ذوبان القمم الجليدية ووصولًا إلى شراء آخر مقطع فيديو رعب رخيص لإحدى فاتنات لوس أنجلوس زُجَّ بها في السجن — لم يكن ملحًّا بهذا الشكل من قبل؛ فقد اتسعت مكونات الأخبار أكثر من أي وقت مضى.
>
> (جاي كير؛ مدير العمليات في آي تي في نيوز، بهيئة التليفزيون المستقل)[6]

كما صرح جاي كير بأن المطالب الجديدة الموضوعة على كاهل الصحافة قد استنزفت جزئيًّا ما وفرته سياسة الترشيد. إلا أن تقديم تلك الصحافة قد أضحى الآن أسهل كثيرًا

وأرخص. إن الإعلام التقليدي، مثل الصحف، أكثر تطورًا الآن بكثير لكن بتكلفة أقل بفضل التكنولوجيا الحديثة؛ فهي تتيح تغيرات سريعة في الطبعات، والطباعة بالألوان، وأن يُعِد الصحفيون النسَخ الخاصة بهم. سمح هذا ببقاء الصحف القديمة وبُزوغ صحف جديدة.

إن انخفاض تكاليف الأقمار الاصطناعية وتوسيع الأطياف الترددية الرقمية يعني أن النخبة القديمة من القنوات الأرضية الرئيسية قد ذهبت أدراج الرياح؛ بسبب العدد الهائل من القنوات الإخبارية الجديدة التي تُبث على مدار ٢٤ ساعة وغيرها من قنوات الأقمار الاصطناعية الإخبارية، والآن يتيح الإنترنت وغيره من التكنولوجيا مجموعة كاملة من المنصات الإعلامية للجماهير تمكِّنهم من الوصول إلى الأخبار. تُنقل الصحف الإخبارية والراديو والصحافة التليفزيونية الآن عبر الكمبيوترات والهواتف المحمولة. ناهيك عن المجموعة المتزايدة باستمرار من المدوَّنات ومنتديات شبكة الإنترنت ومواقع وسائط التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارها الخاصة على الإنترنت.

لن يخوض هذا الكتاب في تفاصيل التغير التكنولوجي، ويرجع ذلك في الأساس إلى أن معدل التغير سيحوِّل أي شيء أكتبه هذا الشهر إلى أمور عفا عليها الزمن بحُلول العام القادم. أود التأكيد على أن هذا الكتاب يتمحور حول ديناميكيات الصحافة بينما ترتبط بالتكنولوجيا؛ فهو يتناول بالأساس قضية اقتصادية، لكن لا ينبغي اختزال هذه القضية في أمور مالية أو إدارية. سوف تنجح مؤسسات الإعلام الإخبارية في البقاء على المدى القصير إذا اتخذت القرارات السليمة فيما يتعلق بالتوظيف والتسويق، لكنها لن تنجح على المدى الطويل إلا في حال تفهُّم الديناميكيات الاجتماعية والسياسية والتحريرية الأكبر المؤثرة في مجالها، ويتعيَّن عليها إدراك أي نوع من الصحافة يحتاجه الجمهور ويرغب به وكيف تقدمه.

يطرح ظهور صحافة الإنترنت تحدِّيًا جوهريًّا أمام التنظيم الاقتصادي الذي تطبقه وسائل الإعلام الإخبارية حاليًّا، إلا أن الشكل الذي سيأخذه هذا التحدي وإلى أي مدى سيكون جوهريًّا بها لا يزال أمرًا في أيدينا تحديده؛ فالصحافة ليست مصدرًا ثابتًا مثل النُّحاس الذي يعتمد على قدرتنا على استخراجه من الأرض، وهي يمكن أن تصير مُدَرَّة للأرباح من خلال إدارة الموارد الموجودة ببساطة. لكن هذا على المدى القصير في أفضل الأحوال. إن الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة ومكاسب الكفاءة التي يجلبها معه لن يكون كافيًا للنجاح الاستراتيجي بعد السنوات القليلة المقبلة. لقد بُذلت جهود عظيمة لاستغلالٍ أكبر لكفاءة الصحفيين لقاء مقابل مادي أقل على مدار العقود الماضية، وتلك

ضرورة حتمية تحرك أي نشاط تِجاريٍّ. ما نشهده الآن هو تحوُّلٌ أعمق في العلاقة بِرُمَّتها بين مُنْتِجِ الأخبار والمستهلِك؛ ومن ثم فإن أي شخص لديه رغبة في ضمان قابلية نجاح مؤسسته في مجال الإعلام الإخباري لما بعد الخمس سنوات المقبلة، فلا بد أن يتعامل مع التحولات الجذرية التي تكمن في صميم طبيعة الصحافة ومدى النفع التي تعود به على الجمهور ومدى جذبها له. منذ بضع سنوات فحسب لم يكن هناك يوتيوب ولا جوجل، والآن استحوذ جوجل على يوتيوب، في واحدة من أكبر الصفقات في مجال الإعلام في الآونة الأخيرة، وهما من بين أقوى اللاعبين في مِضْمار الإعلام، ويزداد تأثيرهما في الصحافة. إذا ركزت أكثر من اللازم على بنية المؤسسة التِّجارية كما هي، أو توقعات الأرباح على المدى القصير، فستفشل. وإن ما سيؤتي ثماره هو فكرة الصحافة وفكرة الصحافة الشبكية في المستقبل، وتلك الفكرة دون شك فكرة جيدة.

يعِد مجال عمل الصحافة بتوفير معلومات تمس الواقع يمكن أن يستخدمها الأفراد لبناء حياتهم. في المجتمعات التي تزداد ثراءً سوف يدفع الأشخاص مزيدًا من المال للحصول على معلومات جيدة. هم يحتاجون هذه المعلومات لصنع قرارات لا حصر لها تريد الحكومات الآن تركها للفرد أو للعائلة. تساعدك وسائل الإعلام الإخبارية في صنع القرارات من المهد إلى اللحد. أي مستشفى للولادة سوف تذهبين إليه؟ أي تطعيمات يحتاجها طفلك؟ أي نظام رهن عقاري ستلجأ إليه؟ أي منهج جامعي ستدرسه؟ هذا إلى جانب كل المعلومات المتعلقة بأنماط الحياة والخاصة بالأمور الترويحية التي تحتاجها من أجل التخطيط للإجازات، أو تغيير نظامك الغذائي، أو اختيار وسيلة ترفيهية. يبدو كذلك أن الناس يرغبون في جعل السياسة أكثر ذاتية وأن يقرروا لأنفسهم الدور الذي يَنْوُونَ لعبه في قضايا مثل التغير المناخي. تساعد الصحافة الأشخاص في صنع تلك القرارات، وتلك ظاهرة عالمية، فحيثما ترتفع الدخول يُتوقع أكثر من الأشخاص فعل المزيد من الأمور لأنفسهم. بصفة عامَّة هم يَبْدُونَ مستمتعين بهذه الحرية. لكن أفضل الاختيارات هي تلك المبنية على اطلاع واسع، والصحافة في أفضل أحوالها تساعد في توفير الحقائق والتحليلات المستقلة للقيام بهذا.

لكن الناس يرغبون فيما هو أكثر من الصحافة الاستهلاكية، على الرغم من قدر الأهمية التي يحظى بها هذا الشكل الذي كثيرًا ما يُستخفُّ به من الصحافة لدى الأفراد والأسر، فهم أيضًا على ما يبدو يرغبون في توافر المزيد من الفرص لمناقشة عالمهم، وهم يرغبون كذلك في مستوًى أكثر تنوعًا وأوسع اطلاعًا من التعليق عليه؛ كما يريدون معرفة

المزيد عن بقية العالم، بالإضافة إلى معرفة الكثير عن أنفسهم وبيئتهم المباشرة. ثمة إحساس عامٌّ بأن السياسة والساسة الرسميين تحيط بهم سمعة سيئة، إلا أن هذا لا يعني أن الناس أضحَوا غير مهتمين بالسياسة؛ فقد زاد عدد الأفراد النشطين في الجماعات المحلية أو جماعات المصالح أو الضغط في الوقت الذي انخفضت فيه عضوية الأحزاب التقليدية، وفي المجتمعات الأقل تقدمًا التي تُتاح فيها فرص للمشاركة السياسية، يغتنم الأشخاص تلك الفرص؛ انظر إلى طوابير الانتخابات في جنوب أفريقيا أو العراق. إذن فيما نشهد تراجعًا في الطلب على التغطية الرسمية للسياسة — مثل تغطية الجلسات البرلمانية وجلسات الكونجرس — نجد زيادة في الاهتمام بتغطية جميع جوانب المجتمع المدني الأخرى؛ فكثير من هذه الجوانب ثقافي واجتماعي في محتواه، إلا أن له تبعات سياسية من حيث إنها لا تزال تؤثر على الآداب العامَّة والقرارات الأساسية والتنظيم الاجتماعي. كانت وسائل الإعلام الإخبارية بطيئة في استيعاب هذا التغير في اهتمامات الجماهير؛ ومن ثم فإن كثيرًا من وسائل الإعلام التي تتناول هذه القضايا هي من إنتاج المواطن، وقد بنى كلٌّ من جوجل وماي سبيس وفيسبوك إمبراطوريات أعمال ضخمة على أساس هذه الفكرة في المقام الأول.

وهكذا، ومع كل هذا الطلب على المعلومات والنقاش، لماذا تعاني المؤسسات العاملة بالصحافة من أزمة؟ لماذا تعج صفحات المؤسسات الإعلامية في الغرب بالحديث عن انخفاض العوائد وتقليص الوظائف؟ ولماذا يوجد عدد كبير جدًّا من المتشائمين الذين لديهم قناعة بأن الأسواق الإعلامية المتأخرة مثل أفريقيا لن تنهض أبدًا؟

أظن أن هذا يُعزى في جزء منه إلى الميل إلى النظر إلى مجال عمل الصحافة من منظورين على طَرَفَيْ نَقِيضٍ؛ فيذهب أحدهما إلى أن لزامًا علينا الدفاع عن الحالة المتعثرة للصحافة كما هي؛ فيما يبشِّر الآخر بقدرة الإعلام الجديد على طمس معالم الإعلام التقليدي وتوليد توجُّه جديد. ربما لا يكون أيٌّ منهما صحيحًا.

(٢) معالم الإعلام الإخباري الجديد

إن الافتراض الأساسي الذي يقوم عليه هذا الكتاب هو أنه يستحيل ولا يحبَّذ فصل الإعلام الجديد عن ذلك القديم. تأمَّل على سبيل المثال الأخبار المطبوعة في مقابل الأخبار الإلكترونية في الولايات المتحدة. من الجليِّ أن معظم المواقع الإخبارية تستقي الكثير من معلوماتها الرئيسية من الألف والأربعمائة صحيفة الصادرة في البلاد أو من وكالات إخبارية مثل

وكالة أسوشيتد برس. وفي القرن الأخير فقدنا أكثر من ألف صحيفة من هذه الصحف في الولايات المتحدة وحدها. نستنتج من ذلك أنه لا يزال هناك الكثير من الموارد الصحفية، إلا أن كلًّا منا سوف يعاني من تقلُّص مقدار المعلومات الصحفية المتاحة إذا ما واصلت تلك الصحف الإخبارية «التقليدية» انحسارها بنفس المعدل. إن الإعلامين «الجديد» و«القديم» مرتبطان بالفعل ارتباطًا وثيقًا، وكما سنرى في فصول لاحقة، هذا شيء يحتاج إلى تسريع وتيرة حدوثه لا مقاومته. لكن من الضروري محاولة فهم «حجم العمل الصحفي» الذي يجري على الإنترنت وبدء فهم «الطريقة» التي يحدث بها.

الأرقام في الغرب مذهلة؛ ففي المرة الأخيرة التي تفقَّدتُ فيها محرك بحث المدوَّنات «تكنوراتي» وجدت أنه كان يتعقَّب حوالي ١٠٠ مليون مدوَّنة. وتشير بعض التحليلات إلى أن ٣ بالمائة من المدونات متخصصة بالأساس في السياسة.[7] ما يعني ظهور ٢٫٤ مليون صوت تحريري سياسي لم يكن موجودًا من قبل، وتلك الأرقام تتزايد طوال الوقت. لا يوجد تعريف دقيق للمدوَّنات الإلكترونية؛ ومن ثم من الصعب أن نصف تحديدًا متى تصبح صحافة إخبارية وليست أحاديث شخصية. هكذا يحاول محرك تكنوراتي أن يحدد الفارق بينهما:

> تختلف المدوَّنات الإلكترونية عن الإعلام التقليدي، فالمدوِّنون يميلون إلى أن يكونوا أكثر تحزبًا وتشبثًا بآرائهم وتركيزًا على موضوعاتهم المفضلة من الصحفيين الذين يناضلون من أجل الوصول إلى الحيادية التحريرية. تشجِّع المدوَّنات الحوار مع القرَّاء، وهو السبب الذي جعل كثيرًا من الصحفيين التقليديين ينشئون مدوَّنات أيضًا الآن. يمكن وصف العلاقة بين التدوين والصحافة بأنها تكافلية وليست تنافسية؛ فكثيرًا ما يكون المدوِّنون مصدرًا للصحفيين، ويحتوي الكثير من المدوَّنات على تعقيب أو تعليقات قصيرة على ما كتبه الصحفيون في هذا اليوم، وباستمرار تستخدم الشخصيات التي تتناولها الأخبار المدوَّنات للرد على ما كتبه الصحفيون عنهم، وفيما يتعلق بالإعلام التقليدي، يمكن للمدوَّنات الإلكترونية أن تعرِّف القرَّاء الجدد على الصحفيين وإصداراتهم.[8]

فيما تتجه الصحافة إلى الإنترنت أرى أن هذا الفارق يزداد ضبابية، وفي رأيي فإنه من الأنفع تصنيف كتَّاب المدوَّنات إلى «مدوِّنين شخصيين» و«مدوِّنين صحفيين»، يمثلون

بالفعل «صحفيين شبكيين». وتشير الأبحاث الأخيرة[9] إلى أن نحو ٤٠٪ من موضوعات المدوَّنات هو «حياتي وتجاربي». لكن حتى إذا لم تكن لديك رغبة في إدراج هذا ضمن نطاق أحد تعريفات الأخبار، فثمة حوالي ٢٠٪ من موضوعات المدوَّنات تتناول السياسة والأعمال التجارية والأحداث الجارية صراحةً.[10] وكما سنرى في الفصل التالي، لا يدور الجدل حول كون هذه صحافة، وإنما حول كون هذا النوع من النشاط يعيد تعريف الصحافة نفسها. لكن في الوقت الحالي، لا تهتم بالدلالات والمعاني، فقط انتبه للأرقام؛ فهناك أكثر من ١٫١ مليار نسمة من سكان العالم البالغ عددهم ٦٫٦ مليارات نسمة تقريبًا يستخدمون الإنترنت، حوالي ثلثهم يمكنهم الاتصال بالإنترنت من خلال خطوط سريعة.[11] تُرى الهواتف المحمولة على أنها المنصات الإعلامية التالية للتليفزيون والكمبيوتر الشخصي، وتصل نسبة حيازة الهواتف المحمولة حول العالم إلى ٣ مليارات شخص، ومن المتوقع بيع مليار هاتف كل عام بحلول ٢٠٠٩، والدليل على هذا هو أن الشاشة الصغيرة التي تُحمل في اليد مصممة بحيث تصبح بوابة إلكترونية فعالة للاتصال بالإنترنت.[12] وفيما تستطيع حيازة هذا الهاتف المحمول مقابل بضعة دولارات أسبوعيًّا، فإن تكلفة الحصول على الخدمات على الهاتف تنخفض بالمثل. إن تكلفة توصيل خدمات الإنترنت والأقمار الصناعية آخذة في الانخفاض؛ مما يشير إلى أن تكلفة تشغيل قناة رقمية في المملكة المتحدة قد انخفضت إلى حوالي ١٠٠ ألف جنيه إسترليني، وبالطبع فإن البث التليفزيوني المباشر على الإنترنت أرخص. إن تكلفة تشغيل قناة على تليفزيون برتوكول الإنترنت مثل قناة «كارنت تي في»[13] لا تنبع من تكلفة الطيف الترددي أو تكلفة استخراج الرُّخَص، وإنما هي تكلفة المحتوى في المقام الأول، وقد انخفضت تكلفة صنع البرامج نفسها. وحتى في المحطات الأرضية انخفضت التكلفة بنسبة حوالي ثلث القيمة الفعلية في فترة لا تتجاوز عَقْدًا من الزمان.[14]

يعني هذا أنه يمكن لأي شخص الانخراط في الإنتاج على نحو أكثر سهولة. لكن هذا لا يعني أن هذا المجال خرج من تحت سيطرة «الكبار»؛ كل ما هنالك أن «الكبار» اختلفوا؛ فأكبر مؤسسات إعلامية في العالم لم تَعُدْ تقتصر الآن على البي بي سي أو إن بي سي أو رويترز، وإنما تشمل أيضًا ديزني وجوجل. كانت الصحافة تلعب دورًا مركزيًّا في تاريخ كل عمالقة الإعلام السابقين في العالم، على الرغم من صغر الدور التي كانت تلعبه في نهاية المطاف في بيان الميزانية. ولا ينطبق هذا على الإعلام الجديد؛ إذ غالبًا ما تمتلك شركات قابضة عملاقة — تصب تركيزها على المصابيح الضوئية أو الرعاية

الصحية وليست الصحافة — المنافذ الإعلامية؛ مثل شركة جنرال إلكتريك. على مستوى القاعدة، نجد أن مشروعات الإعلام الجديد المعنية بالصحافة فحسب أكثر ندرة من ملايين المشروعات التي تولِي انتباهها وطاقاتها للحكي أو وسائط التواصل الاجتماعي أو المواقع الإباحية أو الثقافة أو الرياضة.

إن المواقع الإخبارية التي توجد على الإنترنت فحسب كانت غالبًا مدوَّنات أو منتديات متخصصة للغاية في الأساس، عادة ما تكون مكرَّسة لمجتمع بعينه واحتياجاته. في الأيام الأولى للإنترنت عادة ما كانت هذه المواقع تعرض أخبارًا عن الإنترنت ذاته؛ ومن ثَمَّ كانت مواقع الإنترنت المعنية بالأخبار، والتي تتنافس مباشرةً مع وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية، غير مألوفة نسبيًّا، وهي المواقع التي بدأت تظهر الآن. بعض هذه المواقع رفيع الثقافة وغزير المعرفة مثل المنصة الإعلامية ذات النزعة الأكاديمية «أوبن ديموكراسي دوت نت» opendemocracy.net،[15] التي تنشر تحليلات وتحقيقات صحفية عالية المستوى، أو يخدم مجموعة من الصفوة المثقفة، مثل المجلة الأمريكية السياسية «سليت دوت كوم» Slate.com[16] التي تُنشر على الإنترنت، وتتسم بسعة الاطلاع وبطابعها العصري، وتستهدف المهووسين بالسياسة. البعض الآخر مواقع سياسية على نطاق ضيق مثل الموقع الإلكتروني لمقاطع الفيديو «كارنت تي في»،[17] الذي هو عبارة عن موقع معتدل لتقديم محتوًى من صنع المستخدم، ويدعمه أفراد ليبراليون. وبعض المواقع، مثل «ديج دوت كوم» Digg.com،[18] هي بمثابة بوابات ربط إلكترونية يتحكم بها المستخدمون، وتقدم اقتراحات لا محتوًى خاصًّا بها. لا تزال هذه العلميات الإخبارية التي تتواجد كليًّا على الإنترنت جزءًا ضئيلًا من إجمالي العرض الإخباري. تُنتج المجموعات الإعلامية التقليدية التي بدأت النشر على الإنترنت مثل نيويورك تايمز أو البي بي سي كمًّا أكبر بكثير من الأخبار على الإنترنت؛ وعليه فإن التهديد الأكبر الذي يواجه الصحافة التقليدية المطبوعة يأتي من المواقع غير الإخبارية لا من المواقع الصحفية التي نشأت على الشبكة. إلا أن هذا سوف يتغير؛ فتجاهل الصحافة التي تعمل بابتكارية كبيرة على الإنترنت هو تجاهل المستقبل. لهذا فإن «الإعلام التقليدي» محقٌّ في خوض كفاحه من أجل البقاء على الإنترنت.

(٣) الإعلام التقليدي يقاوم

نجح نسبيًّا الكثير من وسائل الإعلام التقليدي حول العالم في مواكبة التغير التكنولوجي؛ فلا يزال الناس يقرءون الصحف حتى في المدن التي تسود بها التكنولوجيا الحديثة

مثل لندن ونيويورك، ولا يزالون يلتفُّون حول التليفزيون لمشاهدة النشرات الإخبارية المسائية في المدن التي أصبحت مراكز لوسائل الإعلام الجديدة مثل سياتل ولوس أنجلوس. ارتفعت مبيعات الصحف على مستوى العالم بنسبة ٢٫٣٪ عام ٢٠٠٦، وارتفعت بنسبة حوالي ١٠٪ على مدار الخمسة الأعوام الماضية، مع ارتفاع عوائد الدعاية بنسبة ٤ بالمائة و١٦ بالمائة تقريبًا في خلال الفترتين الزمنيتين نَفْسَيْهِمَا. بالطبع ساعد في هذا حدوث طفرة في الصين (حيث ارتفعت مبيعات الصحف بنسبة ١٥٫٥ بالمائة منذ ٢٠٠٢) والهند (ارتفاع بنسبة ٥٣٫٦ بالمائة)، بل وحتى في أوروبا حققت الصحف اليومية التي تُباع بمقابل مادي مبيعات أعلى بنسبة ٠٫٧٤ في المائة عام ٢٠٠٦، وبإضافة الصحف اليومية المجانية ستكون نسبة الارتفاع في التوزيع ١٠٫٢ بالمائة.[19] إن أرقام إحصائيات التليفزيون قريبة من هذه الأرقام؛ انظر إلى الصين؛ ففي أوائل ثمانينيات القرن العشرين كان هناك ٢٠ جهاز تليفزيون فقط لكل ١٠٠ عائلة، لكن بحلول عام ٢٠٠٥ كان عدد أجهزة التليفزيون أعلى بنسبة ٣٠ بالمائة من عدد العائلات.[20] كل هذا قد يبثُّ بعض الراحة في نفوس أولئك الذين لا يريدون التخلي عن الحقائق اليقينية المطمئنة المرتبطة بالإعلام القديم. لكن ماذا عن الأسواق التي يفرض فيها الإنترنت أكبر قدر من السيطرة؟

في الولايات المتحدة كان هناك انخفاض هائل في إحصاءات مشاهدات النشرات الإخبارية الرئيسية في التليفزيون، لكن يبدو أن هذا الانخفاض قد تباطأ على الأقل مؤخرًا وفقًا لما جاء عن تقرير مركز بحوث بيو لعام ٢٠٠٦:

> على الرغم من توافر مذيعين جدد، وملايين العاملين بالتسويق، واهتمام الصحافة وغيرها، فقدت أخبار الشبكة المسائية مليون مشاهد آخرين، وهو ما يعادل تقريبًا نفس النسبة التي كانت تفقدها كل عام من الخمسة والعشرين عامًا الماضية، ولكونها نسبة مئوية، فإن العدد في ازدياد بالطبع ... عدد الأفراد الذين يتصلون «بالإنترنت» لمتابعة الأخبار أو أي شيء آخر قد استقر الآن؛ مما يؤكد شيئًا رأيناه أول ما رأيناه العام الماضي. مجمل عدد الأفراد الذين يتصلون بالإنترنت الآن لمتابعة الأخبار هو ٩٢ مليون شخص.[21]

إذن ما يحافظ جزئيًّا على استمرار الإعلام التقليدي في الغرب هو تمسُّك السوق به؛ إذ لم يتخلَّ الجميع عن الصحافة التقليدية بين عَشِيَّة وضُحاها، وسيظل هناك مكان للأخبار التقليدية في المنصات الإعلامية التقليدية لبعض الوقت. وتوضِّح استطلاعات الرأي أن

أغلبية السكان لا تزال تؤثِر متابعة الأخبار في التليفزيون أو الصحف.[22] لا يتقبل الجميع فكرة مشاهدة الأخبار على الإنترنت أو على هواتفهم المحمولة، وهكذا لن يحتاج الإعلام التقليدي إلى البَدْء من الصفر مرة أخرى. إذا كنت ممن يستقلُّون القطار إلى العمل، فإن الصحف قد تظل وسيلة جيدة للغاية لاستهلاك المعلومات بطريقة ممتعة وفعالة. وإذا كنت قد أمضيت يومًا عصيبًا في العمل فإن مشاهدة نشرة أنباء مدتها نصف ساعة يمكن أن يكون طريقة أقل إرهاقًا لمتابعة آخِر تطورات أحداث اليوم من التدقيق في التحديثات الإخبارية التي يجمعها لك الملقم الإخباري آر إس إس على الإنترنت. تأمَّل الطريقة التي نجح بها الراديو في العالم الحديث. إن «الراديو اللاسلكي»[23] هو أقدم طراز من وسائل الإعلام المذاعة، فهو يذكِّرنا بعصر ما قبل الكمبيوتر، ومع ذلك يثبت الراديو أنه الأبرع في مواكبة أنماط حياتنا المزدحمة وجداول مواعيدنا متعددة المهام في أوقات راحتنا.

سببٌ آخر للقوة المستمرة التي تتمتع بها المنصات الإعلامية التقليدية هو أن الأخبار التقليدية تعكس المهارةَ والخبرة؛ فالمشتغلون بالصحافة على مدار العشرين أو الثلاثين أو الأربعين عامًا المنصرمة أتقنوها للغاية. إن «ابتكار» أساليب لتقديم الصحافة لجمهور عريض، مثل صحافة التابلويد المصغرة، أو المذيع التلفزيوني، أو استقبال برنامج الراديو للمكالمات الهاتفية على الهواء، كلها أساليب جرى صقلها على مدار عقود من المنافسة والتطوير التحريري والتقني المتزايدين. كما صرح مارتن فيويل، نائب رئيس تحرير نشرة أخبار القناة الرابعة المملوكة لهيئة الإذاعة المستقلة: «مشكلتي مع الإنترنت بوصفه شجرة المعرفة ومع المدوِّن بوصفه صحفيًّا تكمن في مدى كفاءتهما في اكتشاف الأمور. إن أكبر خطر أمام الإعلام التقليدي ليس التطور التكنولوجي وإنما يتمثل الخطر في قدرتنا على تقديم منتج إخباري عالي الجودة.»[24]

حقًّا، إن مرءوسيَّ السابقين في نشرة أخبار القناة الرابعة هم خير مثال على قدرة الصحافة التقليدية على التكيف والنجاح. تتبنى النشرة، من إحدى النواحي، صيغةً صحفية عتيقة الطراز جدًّا؛ فهي عبارة عن برنامج يومي يُبَث مباشرةً من داخل الاستوديو، ويعرض لمدة ساعة أخبارًا وتحليلات مصحوبة بمقابلات على الهواء، وأفلامًا جاهزة تتناول أحداث اليوم في المملكة المتحدة وبقية أنحاء العالم، ولطالما كانت نشرة القناة الرابعة رائدة في تطوير أشكال التقديم؛ مثل استخدام المقدِّمين الواقفين وشاشة فيديو ضخمة في الاستوديو. بَيْدَ أن للنشرة في الأساس نفس الشكل الذي يعرفه مقدِّمو برنامج «الليلة» (تونايت) بقناة البي بي سي منذ ستينيات القرن العشرين، ومع ذلك

فإبَّان العَقْد الماضي من الثورة الإعلامية الجديدة، ارتفعت معدلات مشاهدتها كما نالت استحسان النقاد. يُعزى هذا في جزء منه إلى أن جميع المعنيين بها كدُّوا في العمل بإخلاص كبير ومخيلة واسعة للحفاظ على مستواها؛ فقد استهدفت وكوَّنت قطاعًا من الجمهور ذا احتياجات محددة يبلغ حوالي مليون شخص يرغبون في مشاهدة أخبار عالية الجودة تعرض نظرة غير تقليدية على الأحداث. على أنها استغلت أيضًا التكنولوجيا الجديدة لتخفيض التكاليف وتقديم خدمات جديدة.

عندما التحقتُ بفريق عمل النشرة، كانوا لا يزالون مضطرين إلى إجراء أبحاث أساسية عن الأخبار عبر السير ذهابًا وإيابًا في الممرات لجلب قصاصات صحف مصفَرَّة من الأظرف الورقية المخزنة في «مكتبة المعلومات». منذ ذلك الحين أضاف طاقم أكبر قليلًا من المحررين برنامجين يوميين مدة كلٍّ منهما نصف ساعة إلى ما تقدِّمه النشرة، إلى جانب نشر محتوًى على الإنترنت يتضمن مقاطع فيديو ونشرات صوتية وتدوينات يقدِّمها الفريق، وقريبًا سوف تُقدَّم نشرات إخبارية إذاعية بالمثل. بالطبع كان هناك جوانب سلبية؛ فقد أُلغي العديد من الوظائف غير الصحفية، وتبرَّم بعض الصحفيين والفنيين من زيادة عبء العمل وسرعته وشعروا بأنه ليس لديهم وقت كبير لإجراء الأبحاث الاستقصائية أو للإبداع. إلا أنها منحت الصحفيين أيضًا الحرية والتنوع اللذين لم يكونا موجودَين في ظل أقسام العمل القديمة، وتواصل نشرة القناة الرابعة نيل الجوائز، والأهم أن ذلك قد ساعد النشرة على أن تخلق لدى مشاهديها انطباعًا بأنها مجتمع مترابط. عندما التحقت بالبرنامج كان يستقبل بضعة خطابات من المشاهدين في اليوم (والأمر الغريب أن بعضها كان مكتوبًا بالحبر الأخضر). أما الآن فهي تستقبل مئاتِ — إن لم يكن آلافَ — الرسائلِ الإلكترونية. وفي الغالب قبل البث المباشر على الهواء وأثناءه، وفيما كانت الخطابات قبلًا عبارة عن شكاوى متحذلقة أو غريبة عادةً، فإنها غالبًا ما تكون الآن جزءًا نشطًا من عملية تجميع الأخبار، فبدلًا من الاكتفاء بسؤال المشاهد عن رأيه، فإن النشرة تدرك أن لديها جمهورًا متفانيًا حقًّا وذكيًّا ومثقفًا، كثيرًا ما يستطيع أن يساعد في خلق الأخبار نفسها. ينشر موقع النشرة بالفعل مدوَّنات، ونشرات صوتية، إلى جانب الرسالة الإخبارية الإلكترونية اليومية لجون سنو «سنوميل»، وهي تشغل أداة رائجة على الإنترنت تُسمَّى «تقصي الحقائق» (فاكت تشيك) ترصد وتتحقق من المزاعم الصادرة عن المنظمات السياسية إبَّان الحملات الانتخابية.[25] وسوف يشمل محتوًى جديدٌ استطلاعاتِ رأي المستخدمين وخدمةَ نشرات إخبارية للهواتف المحمولة، وستُفعَّل خدمة

عناوين الأخبار التفاعلية السريعة التي من شأنها أن تربط الأخبار بالخرائط ذات الصلة والمعلومات الأساسية والأطر الزمنية. كل هذا مجانًا كما أقرت نشرة القناة الرابعة عندما ألغت خدمة «ريل فيديو»:

> هناك الكثير جدًّا من مقاطع الفيديو المجانية — بالأخص تلك التي تقدِّمها محطة بي بي سي — حتى إنه لا يوجد ببساطة مستقبل تِجاري لمحاولة تحصيل المال من الأفراد لقاء هذه الخدمة، مهما كانت مقاطع الفيديو التي تقدِّمها جيدة أو أصلية؛ ففي الأساس هذه بيئة اعتاد فيها الأشخاص الحصول على معظم الأخبار مجانًا على الإنترنت، ولكي يحظى موقعك بعدد الزيارات المطلوب لا بد لك من المنافسة وفقًا لتلك الشروط. (مارتن فيويل، نائب رئيس تحرير نشرة أخبار القناة الرابعة)[26]

ومِنْ ثَمَّ نجحت النشرة في البقاء حتى نهاية العَقْد الأول من الألفية الجديدة في شكل رائع، على أن مشكلة تقاضي مال مقابل المحتوى ربما لا تمكِّنها من البقاء لعشر سنوات أخرى.

لا أشير بذلك إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية على وشك أن تنمحيَ عن وجه الأرض. وكما سأوضح في الفصل التالي، فأنا على قناعة بأن هناك سوقًا متناميًا لوظائف الصحافة الأساسية. وبالفعل في عصر غزارة المعلومات، أزعم أنه يوجد في الواقع حاجة متزايدة إلى الطريقة التي يرشِّح بها الصحفيون المعلومات ويقدمونها. يقول مارتن فيويل: إن البرامج التي تركز على نوعية الصحافة التي يقدِّمها الصحفيون وتعكس النقل المباشر للأحداث هي التي قد تنجح:

> المحتوى هو الجوهر. إن نظرتنا عن المستقبل تقوم على اعتقاد أننا في حاجة إلى تطوير ودعم سمعتنا كبرنامج يقدِّم صحافة تليفزيونية — محتوًى — أصيلة ومميزة وسط سوق رقمي يتشبع باطِّراد بأخبار عامَّة. تحظى الأخبار التليفزيونية التي تُبثُّ على الهواء مباشرة بمكانة مميزة مقارنة بمعظم أشكال البرامج التليفزيونية، التي تُبثُّ في مواعيدَ محددةٍ على قنوات محددة؛ إذ تتأقلم مع احتياجات المشاهَدة عند الطلب، وتشير الأبحاث إلى أن احتمال تغيير مواعيد بثِّها أقل من بقية أنواع البرامج التليفزيونية الأخرى. وإذا تَمَكَنَّا من الحفاظ على أصالتنا، وتأثيرنا في المشاهدين، فسوف نواصل التميز والنجاح.[27]

أُكِنُّ إعجابًا كبيرًا لجيلي من الشخصيات البارزة في مجال تحرير الأخبار الذين دعموا الصحافة في أشكالها كافة. لكن ثمة قوًى أساسية تفرض تأثيرًا يشير إلى أن قدرة وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية على التكيف عند الحد الأدنى ليست كافية، مهما كانت جودة المنتج الأساسي الذي تقدِّمه. على سبيل المثال أمَّنت نشرة أخبار القناة الرابعة، التي أسَّستها هيئة التليفزيون المستقل، مستقبلها المباشر نتيجة لترتيباتها التعاقدية مع المسئولين المنظمين للخدمة العامَّة بالقناة الرابعة. إلا أن الخطر على عوائد الدعاية في التليفزيون والفشل في تحصيل المال من المستخدمين على الإنترنت مقابل المحتوى، يمثل خطرًا متوسط الأجل. ثمة نقطة تحوُّل تكنولوجي وتغيُّر في الأجيال هائلَين لدرجة أن من يتمنَّون منا دوام القيم الفضلى لصحافة وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية سوف يتعيَّن عليهم فعل ما هو أكثر من مجرد إصلاح النموذج القائم. يتعيَّن على الأبطال الذين واجهوا الهجمة الأولى للإعلام الجديد إدراك أنه قد آنَ الأوان للاستعداد للصَّوْلة الثانية، ولكن هذه المرة لا بد لهم من الخروج من الخنادق.

(٤) المخاطر الجديدة التي يتعرض لها نموذج عمل الإعلام الجديد

إن المشكلة الأساسية التي تواجه الإعلام الإخباري التقليدي هي أن جمهوره يتضاءل. لا يرجع ذلك إلى مشكلة نزوح الجمهور إلى المنصات الإخبارية على الإنترنت فحسب، إنما يتمثَّل الخطر الأكبر في أن الجمهور يختفي ولا يظهر مرة أخرى دومًا في أي مكان آخر، فعلى سبيل المثال ليس جميع القرَّاء الذين يتوقَّفون عن شراء الصحف يحوِّلون انتباههم إلى النسخة الإلكترونية من الصحيفة على الإنترنت، بل وفي الواقع قد يتوقفون عن متابعة الأخبار التقليدية على الإطلاق، وحتى لو كانت إحدى المؤسسات الصحفية قادرة على تقديم منصة إعلامية لجمهورها على الإنترنت، فإنها لا تستطيع التيقُّن من أنها ستظل تجني أموالًا. بادِئَ ذِي بَدْءٍ، توجد مشكلةٌ في الطرق القديمة لإدرار الدخل؛ مثل الدعاية؛ فاللافتات الإعلانية على الإنترنت أو مقاطع الفيديو الإعلانية تعترض طريق القارئ بطريقة ملموسة تتداخل مع تجرِبته على الإنترنت؛ فهي أكثر إزعاجًا للقارئ على الإنترنت من إعلانات الصحف أو التليفزيون. ثانيًا، ثمة معضلة تاريخية ثقافية ترتبط بشبكة الإنترنت؛ فبعدما يدفع الأفراد مبلغًا من المال من أجل الحصول على خدمة الاتصال السريع بالإنترنت، فإنهم لا يرغبون في الدفع مرة أخرى لاستخدام الخدمات المتاحة على الإنترنت، فباستثناء خدمات المواقع الإباحية وبعض الخدمات الرياضية، ثمة توقُّع عامٌّ

بأنه على غرار هيئة الخدمات الصحية الوطنية البريطانية، ينبغي أن يكون الإنترنت متاحًا للاستخدام مجانًا. المعضلة الثالثة هي أنه فيما يكون الأشخاص متصلين بالإنترنت فإنهم يمتلكون جسارة إيجاد الكثير من الصحافة بأنفسهم، فهم يستخدمون محركات البحث للعثور على المعلومات وملقمات الأخبار آر إس إس لتنظيم استخدامهم الخاص للأخبار، بل والبعض منهم يقدِّم تغطية إخبارية بنفسه أو يعلِّق على المدوَّنات. وعدد كبير، وبالأخص الشباب، على ما يبدو يتصلون بالإنترنت وينسَوْنَ أمر الصحافة تمامًا أمام المغريات الأخرى مثل الألعاب، ووسائط التواصل الاجتماعي، والجنس.

(٤-١) فقدان الجمهور

أولًا دعونا نلقِ نظرة على حقيقة فقدان الجمهور. يصف محرر صحفي سابق بإحدى صحف المملكة المتحدة آلية هذه العملية على النحو التالي:

> يقفز معدل مطالعة الأخبار على الإنترنت بسرعة مذهلة؛ حيث ارتفع بنسبة ٢٠٠٪ منذ عام ٢٠٠١. ثمة حقيقة مثيرة أثارت ذهولي، ألا وهي وجود صلة علمية وثيقة للغاية بين زيادة الاتصال عريض النطاق بالإنترنت وتوزيع الصحف؛ ففي مقابل كل ١٪ زيادة في الاتصال بالإنترنت، ينخفض توزيع الصحف بنسبة ٢٪، الأمر الذي ينبئ بدوره بموت الصحف الورقية بحلول عام ٢٠٩٠، على افتراض حدوث هذا بمعدل ثابت وأنه لا يوجد المزيد من التطورات. (ريتشارد أديس، شركة «شيك آب ميديا» للاستشارات الإعلامية)[28]

نتناول هنا النموذج الأمريكي/الغربي؛ لأنه من الجَلِيِّ أنه كلما ارتفع الاتصال بالإنترنت ازداد الخطر. تتغير الأرقام طَوال الوقت، غير أن المنازل التي يوجد بها إنترنت سريع تشهد انخفاضًا كبيرًا في استخدام وسائل الإعلام الإخبارية القديمة، وبالأكثر بين الشباب. جمهور الأمس يتضاءل فيما لا يظهر جمهور جديد بالغد.

إذن لا يتعلق الأمر بالأرقام فحسب، وإنما بفقدان ثقافة بأكملها من الاهتمام بوسائل الأخبار التقليدية، يتعلق الأمر بفقدان اهتمام الجمهور. لقد صار عدم استخدام وسائل الإعلام العامَّة ولا سيما التليفزيون الآن وسامًا من أوسمة الشجاعة بين بعض الشباب ممن يدَّعون كونهم مثقفين.[29] الكثير من الآباء — بالأخص أولئك الذين هم في الثلاثينيات من العمر — يتفاخرون بقلة مشاهدة أطفالهم للتليفزيون، وهؤلاء الآباء يبتعدون الآن عن

الشبكات «التقليدية» ويتجهون إلى برامج «ساخرة» ليتابعوا منها الأخبار، وفي الولايات المتحدة أصبحت الآن علامة على «تمدُّنك ومواكبتك للعصر الحديث» كمتحضر شاب ألا تكتفي فقط بقول: «هل شاهدت برنامج جون ستيوارت الليلة الماضية»،[30] وإنما أن تقول أيضًا: «كنت أنصت إلى النشرة الصوتية بعنوان «انتظر، انتظر، لا تخبرني سأخمن أنا!» (وايت، وايت، دونت تيل مي) بالإذاعة الوطنية الأمريكية العامة في نهاية هذا الأسبوع.»[31] ربما ما زالت هذه المجموعة نخبة صغيرة العدد في الولايات المتحدة، وإن كانت مجموعة من صانعي الآراء ممن يشكلون الاتجاه العام. لكن ثمة تغير أوسع في الطريقة التي يستوعب بها الجيل التالي المعلومات الإخبارية.

إن اليافعين في المجتمعات المتصلة بالإنترنت يتابعون الأخبار من خلال مواقع تجميع الأخبار على الإنترنت والأصدقاء وشبكات التواصل الاجتماعي في مقابل الصحف أو التليفزيون. من المعروف أن أولئك الذين يتصلون بالإنترنت يشاهدون التليفزيون بمعدل أقل؛ وهذا يبدو منطقيًّا. على سبيل المثال، ذكر ثلث مستخدمي اليوتيوب أنهم يشاهدون التليفزيون بمعدل أقل، ونحو ٨٠٪ من الشباب الذكور في الولايات المتحدة في الفئة العمرية ما بين الثامنة عشرة والرابعة والعشرين يستخدمون اليوتيوب؛ ومن ثم تُعدُّ هذه خسارة كبيرة في عدد المشاهدين.[32] كل ما تفعله الزيادة في الاتصالات اللاسلكية هي أنها تعزز هذا الاتجاه؛ فإذا أمكن للأفراد أن يتصلوا بالإنترنت عن طريق الهواتف المحمولة، ووسائل المساعدة الرقمية الشخصية مثل البلاك بيري، والكمبيوترات المحمولة، عندئذٍ لن يضطروا إلى مشاهدة التليفزيون، وتشير الأدلة إلى أن نشرة أخبار التليفزيون التقليدية تخيِّب أملهم باطِّراد؛ لأنها تفتقر إلى مرونة المنصات الإخبارية على الإنترنت وفرص التفاعل معها وسهولة الوصول إليها. هم يستمتعون بالطرق الجديدة للتعامل مع المعلومات والمشاركة في صنعها وتوزيعها. يستخدم هذا الجيل الصاعد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثل ماي سبيس وفيسبوك، فبالإضافة إلى المزايا العملية التي تقدِّمها المنصات الإعلامية الأخرى، فإن هذه الشبكات ممتعة وتمنح إحساسًا بوجود مجتمع يسمو على أي شيء يقدِّمه الإعلام التقليدي؛ فهي ببساطة تعيد تعريف الطريقة التي يتواصل بها جيل من الأجيال الجديدة، والأمر الأكثر رعبًا أنه لا يمكننا التنبؤ باتجاهها:

> إن التحرك عشوائيًّا هو نتيجة حتمية لتقبل أهم مجموعة ديموغرافية اليوم، وهي عشرات الملايين من النخبة المستخدمة للإنترنت التي تأتي في طليعة ثقافة شبابية عالمية ناشئة بسرعة، فنتيجة لانتشار الهواتف الذكية والمدوَّنات وخدمة

> الرسائل الفورية ومواقع فليكر وماي سبيس وسكايب ويوتيوب وديج ودي. ليش. إس، يُلِمُّ الشبابُ المتفرقون في كل الأنحاء في الحال بما يحدث للآخرين مثلهم في كل مكان آخر. تتشارك هذه المجموعة كبيرة التأثير، التي تضم الكثير من الشباب الموسرين، أفكارًا ومعلومات عبر الحدود، ويحفزون الطلب على المنتجات الإلكترونية الاستهلاكية، والوسائل الترفيهية، والسيارات، والأطعمة، والموضة. تخيَّل الأمر كما لو كان بوتقة افتراضية؛ فكلما ازداد عدد الشباب البارعين في استخدام شبكة الإنترنت ليصل إلى مئات الملايين، زاد تأثيرها. (ستيف هام؛ صحفي في مجال الإعلام)[33]

وسنستفيض في هذا الموضوع في الفصل التالي، لكن يكفي أن نذكر الآن أن هذا تحوُّل اجتماعي يعزِّز ويقوِّي فقدان الجمهور والاهتمام بالإعلام التقليدي.

(٤-٢) فقدان العوائد

حتى في القطاعات التي يبتكر فيها الإعلام التقليدي، فإنه لا يزال يعاني. في الولايات المتحدة بعض من أكثر الجهود ابتكارًا تقوم بها صحف محلية. صحف مثل «ميامي هيرالد» كدَّت في العمل من أجل الوصول إلى جماهير جديدة على الإنترنت من خلال تقديم نسخة باللغة الإسبانية من الصحيفة على سبيل المثال، وهو شيء ربما كان باهظ التكلفة للغاية على صحيفة، لكنه في بعض الأحيان يساعد في الحفاظ على مستوى المبيعات، ويعني أنه عندما يتصل القرَّاء بالإنترنت فإنهم لا يتجهون إلى جريدة أخرى. إلا أن الأرباح لا تأتي رغم ذلك؛ فكما يشير المحلل الإعلامي ميكا سويرز في الفقرة التالية فإننا لا نملك ببساطة البيانات اللازمة لإثبات قيمة الصحافة على الإنترنت للمعلنين.[34]

> تعاني الصحف من ضغط كبير لإيجاد أدلة ملموسة على فوائد مشروعاتها على الإنترنت؛ فعلى الرغم من المزاعم التي تدعو إلى التفاؤل، فإن شبكة الإنترنت تجلب ٧٪ فقط من العوائد، وثمة القليل من التوثيق عن فاعلية الدعاية على الإنترنت ومدى الانتشار المحلي لمواقع الصحف. (ميكا سويرز، مدوَّنة المحررين الإلكترونية Editor's Weblog)[35]

تزداد صعوبة جني الأرباح نتيجةً لعزوف الأفراد عن دفع نقود لمتابعة الأخبار على الإنترنت فيما خلا بعض الاستثناءات النادرة. إذن ليس من المستغرب أن الدعاية على

الإنترنت لم تعوِّض حتى الآن العوائد المفقودة. على سبيل المثال تأثرت الصحف المحلية في الولايات المتحدة بشدة بسبب المواقع المجانية على الإنترنت مثل «كريجزلست» الذي تنافس معهم من أجل الإعلانات المبوبة؛ وعليه فحتى عندما استطاعوا تدعيم التوزيع، انخفضت أرباحهم بشدة. كان لدى صحيفة ذا سان فرانسيسكو كرونيكل — في منطقة خليج سان فرانسيسكو التي بدأ فيها كريجزلست أول ما بدأ — متسع من الوقت أكبر من معظم الصحف لإعادة تشكيل نمط نشاطها، وقد أخفقت حتى الآن، وقد تتوقف عن الصدور كصحيفة ورقية، بل وقد تختفي ككيان تحريري في غضون بضع سنوات.[36]

يعاني التليفزيون من نفس المشكلة؛ فالأفراد الذين يشاهدون مقاطع الفيديو على الإنترنت يشاهدون التليفزيون التقليدي بمعدل أقل بكثير، وهذا خبر سيئ لشبكات التليفزيون. يعادل عدد الأفراد الذين يشاهدون مقاطع فيديو على مواقع شبكة تليفزيون الولايات المتحدة تقريبًا عدد الأشخاص الذين يشاهدون مقاطع الفيديو على يوتيوب، وهذا خبر جيد للشبكات. لكنها لا تجني أموالًا من وراء هذا؛ لأن عدد المعلنين أقل وتتقاضى الشبكات منهم أموالًا أقل؛ وعليه فحتى عندما يحصلون على الجمهور فإنهم يخسرون الأرباح.[37]

تزداد أرباح الدعاية على الإنترنت سريعًا، إلا أنها لا تزال تمثل جزءًا صغيرًا نسبيًّا من دخل قطاع الإعلام. ربما توقفت عوائد التليفزيون عن الزيادة عوضًا عن الانهيار في بلدان مثل المملكة المتحدة والولايات المتحدة، لكن في ظل اقتصاد سوق ديناميكي، يصبح انعدام الزيادة المقترن بالتضخم الناشئ عن ارتفاع التكلفة هو الطريق المثالي نحو كارثة مالية متوسطة الأجل. إن هوامش الربح هي التي تصنع الفارق، وهذه معضلة بالنسبة للصحافة بالأكثر؛ فبينما يُعد الإعلام مجالًا ضخمًا، قلَّما كانت الأخبار في حد ذاتها مصدرًا للأرباح السهلة. على سبيل المثال في التليفزيون التقليدي، تكون الأخبار جزءًا جوهريًّا من شهرة الشبكة لكنها في الغالب لا تتمكن من التنافس بنجاح مع المسلسلات الدرامية الاجتماعية أو الأفلام أو الرياضة على نسب المشاهدة. ما يساعد الأخبار هو انخفاض تكلفة إنتاجها نسبيًّا، لكن فيما تتآكل الهوامش يكون هناك ضغط كبير عليها لتخفيض النفقات وتحسين نسب المشاهدة. دائمًا ما يكون هذا مزيجًا مميتًا للصحافة الملتزمة بمعايير الجودة. في الماضي كانت الهيئات الإعلامية تدعم أقسام الأخبار لديها من أرباح أنشطة أخرى. لكن كبرى الشركات الإعلامية تفقد على نحو متزايد احتكارات الطيف الترددي، وفي عالم الأنماط الاستهلاكية المفتتة، يمكن أن تُرى الأخبار على أنها أقل أهمية

لشهرة علامة تجارية. في المملكة المتحدة على سبيل المثال، تسوِّق شركة بي سكاي بي لنفسها من خلال قنواتها للأفلام وقنواتها الرياضية والترفيهية، وتمنحها قناتها الإخبارية الممتازة التي تعمل على مدار الساعة «سكاي نيوز» مكانة مرموقة، غير أنها جزء لا يشهد نموًّا من المؤسسة الإعلامية.

(٤-٣) التفتيت

يمكننا أن نرى أن التنوع نفسه الذي ساعد آلاف المؤسسات الإعلامية على النمو هو ما يهدد أيضًا هوامش الربح. على أن الاختيار له تأثير آخر على الأخبار بالأخص. يمكن وصف الاختيارات أيضًا بأنها نوع من التفتيت؛ أي تقسيم الجماهير أو المجتمعات إلى أجزاء متنوعة ومختلفة في الغالب.

وفيما يتحول الإعلام التقليدي إلى إعلام رقمي وعلى الإنترنت، تصير هناك اختيارات أكثر من أي وقت مضى. حتى قبلما تفكر في نطاق النشاطات المتاحة على الإنترنت فقط، ما من شك في أن الأشخاص متاح أمامهم المزيد من المصادر الإخبارية في حياتهم. إن التطور الحادث في أنظمة البث الرقمي يشير إلى أن هناك مجالًا جويًّا أكبر متاحًا للمزيد من جهات البث، جعل الانخفاض في تكاليف الطباعة وإنتاج الصحف أسهل وأرخص. وبلا شك فإن كثيرًا من هذه المنافذ الإعلامية الجديدة مملوك لنفس الأشخاص، لكن مقارنةً بالحال منذ ٢٠ عامًا، فإننا نعيش في عالم إخباري متعدد القنوات والنصوص حقًّا؛ فقد شهدنا منذ ميلاد شبكة سي إن إن التليفزيونية عام ١٩٨٠ إلى بدء تشغيل محطة الجزيرة الإنجليزية عام ٢٠٠٦ انفجارًا في عدد «الاختيارات»، وهذا قبل أن نلتفت إلى ما هو متاح من خلال الإنترنت.

على أن المزيد من المنافذ الإعلامية لا تُنتِج دائمًا تعددية تحريرية أكبر. في المملكة المتحدة، قللت القناة التجارية الرئيسية آي تي في بثِّ برامجها المتخصصة والدينية وبرامج الأطفال بشكل كبير.[38] إذا كان الضغط يقع على عناصر الخدمة العامَّة تلك، فبالتأكيد سوف تواجه الأخبار تقليلًا بدورها. رأينا أرقام الإحصاءات التي توضح الطريقة التي يستخدم بها الشباب مختلف الوسائل الإعلامية، لكن الأمر مقلق فيما يتعلق بالأخبار على الأخص. ألقِ نظرة على أرقام الإحصائيات التي توضح متابعة الأخبار في العائلات التي لديها تليفزيون متعدد القنوات — لا يقتصر على استقبال القنوات الأرضية — في المملكة المتحدة، التي تعكس الاتجاهات في البلدان الأخرى. أثَّر التليفزيون متعدد القنوات في نسبة

مشاهدة الشباب على نحو غير متناسب. انخفضت مشاهدة الشباب ما بين سن السادسة عشرة والرابعة والعشرين للقنوات الأرضية الرئيسية بنسبة ١٦ في المائة منذ عام ٢٠٠١ حتى عام ٢٠٠٥. في مقابل إجمالي انخفاض بلغ ١٠ في المائة. نظرًا لانصراف الشباب على مر التاريخ عن مشاهدة الأخبار، فإن هذا يشير إلى أن بعض الأنواع الرئيسية للأخبار تصل الآن إلى نسبة ضئيلة جدًّا من الشباب:

- ٢٤ في المائة من البرامج المتعلقة بالشئون الراهنة (من إجمالي ٤٤ في المائة).
- ١٢ في المائة من النشرات الإخبارية الإقليمية (من إجمالي ٣٣ في المائة).
- ٣٤ في المائة من نشرات الأخبار الوطنية (من إجمالي ٦٠ في المائة).[39]

يقر إد ريتشاردز رئيس هيئة تنظيم الاتصالات البريطانية (أوفكوم) بأن القضايا الرئيسية تتجاوز اقتصادات الإعلام:

> إن الانصراف عن مطالعة الأخبار، سواء أكانت في الراديو والتلفزيون أم في وسائل الإعلام المطبوعة يبدو اتجاهًا طويل الأمد متصاعدًا بالأخص بين فئات معينة؛ فكثيرون يَسْتَقُونَ أخبارهم من مصادر أخرى؛ خاصة الإنترنت. لكن هل هم يغيِّرون أيضًا الطريقة التي يستوعبون بها الأخبار؟ بعبارة أخرى، هل يتابعون معلومات معينة عن قضايا مفردة تهمهم كمستهلكين بدلًا من متابعة الأخبار على نطاق أوسع كمواطنين؟ إذا كان الأمر كذلك، فما مدى أهمية ذلك فيما يتعلق ببناء مجتمع مدني ناجح؟[40]

الأقليات العرقية هي أول من تهجر وسائل الأخبار التقليدية بحثًا عن تشكيلة مما تقدِّمه الأقمار الصناعية والوسائل الرقمية. تشير الأدلة على ما يبدو إلى أنهم مهرة تكنولوجيًّا في العثور على مواد وثيقة الصلة باحتياجاتهم الثقافية. هذه أخبار سارَّة للأقليات العرقية، إلا أنها أخبار سيئة لهيئات البث التقليدية؛ فهي تثير تساؤلات أعمق حول كيفية تواصل المجتمع مع نفسه عندما يتزايد عدم مشاهدة فئات بداخله لنفس الأخبار. سوف نعود إلى هذه القضية في الفصلين الثاني والرابع.

لا تقتصر القضية على الفئات المجتمعية التي تنطلق بحثًا عن الإعلام «الخاص بها»؛ فثمة انقسام أعمق يصفه ماركوس برايور كالتالي:

> إن الخط الفاصل الجديد في المشاركة المدنية يكون بين محبي الأخبار ومحبي الوسائل الترفيهية. يهجر محبو الوسائل الترفيهية النشرات الإخبارية والسياسة؛ ليس لأنه أصبح من الأصعب المشاركة فيها، لكن لأنهم عقدوا العزم على تكريس أوقاتهم لمحتوًى يعدُ بإشباعٍ فوري أكبر، وكنتيجة لذلك، هم يتعلمون مقدارًا أقل عن السياسة، ويقل احتمال أن يُدلوا بأصواتهم في الوقت الذي يصبح فيه محبو الأخبار أكثر اندماجًا. وعلى خلاف معظم أشكال التباين، فإن هذا التفاوت المتصاعد في المشاركة السياسية هو نتاج قرارات استهلاك إرادية. إن التأكد من أن الجميع لديهم فرصة لمتابعة الإعلام لن يحل المشكلة، بل هذا هو سبب المشكلة بعينه. (ماركوس برايور، جامعة برينستون)[41]

قطعًا برايور صائب في تحديد المشكلة، إلا أن إلقاء اللوم على الاختيار أو القدرة على الوصول للأخبار هو كلام انهزامي؛ فلطالما كان لدى الأفراد خيار الترفيه في مقابل تلقِّي المعلومات. كل ما هنالك أنه أصبح من الأسهل كثيرًا الآن أن تحصل على المزيد من الترفيه. كما ذكر جاي كير أعلاه، تحتاج الأخبار أن تُعرِّف نفسها على نطاق أوسع. هي تحتاج أيضًا أن توضح سبب أهميتها للأفراد وأن تظهر مراعاتها لجمهورها وإنصاتها إليه؛ فواحد من أهم التحديات أمام وسائل الإعلام الإخبارية في المستقبل هو كيف تخلق وتدعم مجتمعات على الإنترنت حول عملها. وسوف نتناول هذا بمزيد من التفصيل لدى تناول الصحافة الشبكية والتنوع التحريري ومحو الأمية الإعلامية.

(٤-٤) فقدان التنوع

في نفس الوقت الذي يوجد فيه تضاعف متزايد للجماهير، فثمة خطر ناجم عن نقص تنوع المنتجين. تجتاز جميع الصناعات فترات تغيير وتقشُّف، وتعد صناعة السيارات مثالًا على ذلك، لكن الصحافة مختلفة. أرى أننا في حاجة إلى سوق إعلام إخباري قوي ومتعدد من أجل مجتمع ناجح؛ وعليه فإن أي نقص في كمِّ الصحافة أو تعدديتها نتيجة لعوامل مالية هو أمر مثير للقلق لأسباب تفوق الأسباب الاقتصادية. توفر التكنولوجيا الجديدة الوقت ومن ثم تؤدي إلى تقليص الوظائف، ويُسمى هذا بالفاعلية. لكن من

الواضح أن الصحفيين يُسرَّحون من وظائفهم الآن، ليس بسبب عدم قدرتهم على الابتكار، وإنما بسبب انخفاض الإيرادات. هل يمكن أن تتعامل صحيفة كبيرة مثل لوس أنجلوس تايمز بنجاح مع تقليص ٢٠ في المائة من هيئة التحرير دون الإخلال بمعايير الجودة؟[42] وليست الوظائف وحدها هي التي تتقلص؛ فعدد القنوات الإعلامية التقليدية المستقلة في الولايات المتحدة يتهاوى. تشهد الولايات المتحدة منذ فترة طويلة اتجاهًا لدمج وسائل الإعلام، مدفوعًا جزئيًّا بقوًى أخرى، لكنه يتسارع دون شك مع خطر الإعلام الجديد.[43] الصحافة ثقافة شديدة التنافسية، وهي نشاط تجاري غريب من حيث إنه يقدِّم منتجًا نادرًا — سَبْقًا صحفيًّا — يؤدي إلى تكوين جمهور عريض. ولكوني عملت في كلٍّ من قطاعَيِ الإعلام الإخباري الخاص والمدعوم من الدولة، فأنا على قناعة بأنه من الضروري أن يوجد الكثير من المنافسة بين مؤسسات الإعلام الإخباري قدر المستطاع. تنزع قوى سوق الصحافة إلى زيادة الميل إلى الحرية. وعلى مستوى غرفة الأخبار، تدفع التنافسية الناجحة الصحفيين إلى الاجتهاد لتقديم أخبار حصرية ومذهلة. وعلى مستوى العمل، يُشجَّع الصحفيون على التنافس من أجل بناء مجتمع يجمعهم مع قرَّائهم، والتمتع بدور في المجتمع وتحقيق تميُّز مهم على منافسيهم. إن الدمج والإفلاس وتقليص الحجم كلها تقلل هذه التنافسية المفيدة.

شهدنا في الولايات المتحدة بالفعل اختزال الاختيارات من خلال الدمج، مع أنه ثمة بعض الأدلة على تباطؤ العملية. وعلى المستوى العالمي شهدنا طومسون وهي تستحوذ على رويترز،[44] ومع أنهما في الأساس مؤسستان لتغطية الأسواق المالية، فإن هذا قلل أيضًا التنافس في تغطية الأخبار العالمية، وفي المملكة المتحدة أجزم بأنه مع التحول الذي سيحدث عام ٢٠١٢ من تليفزيون الإشارات التناظرية إلى التليفزيون الرقمي،[45] فإننا على مشارف الوصول إلى نقطة تحول. من المفترض أن تشجع الاختيارات الرقمية الأكثر منافسة أكبر لكنها سوف تعني في الواقع نهاية دعم الخدمة العامَّة المقدَّم لهيئة التليفزيون المستقل وللقناة الرابعة، وهما البديلان الرئيسيان اللذان يقدِّمهما القطاع الخاص لمحطة البي بي سي التي تموِّلها العامَّة. يشكك هذا في قدرتهما على الاستمرار في تقديم التنوع.

أرجِّح أن عمليات شبيهة تعمل في أوروبا. يقوِّض المحتوى الغزير على الإنترنت المؤسسات الإخبارية التقليدية؛ ففي فرنسا على سبيل المثال، انخفض توزيع الصحيفة الأولى «لوموند» على مدار السبع السنوات المنصرمة ليصل عام ٢٠٠٦ إلى ٣٥٠ ألف عدد في اليوم، ومن المتوقع أن يصل العجز في الصحيفة والإصدارات التابعة لها إلى ٤٠ مليون

يورو عام ٢٠٠٧.[46] وكنموذج للجرائد الفرنسية اليسارية نجد أن جريدة «ليبراسيون» تخسر ملايين اليوروهات، فضلًا عن خسارة روحها الفرنسية على حد زعم البعض:

الأمر أشبه بالأيام الأخيرة لسفينة تايتانيك ... أو ... شيء آخر ثقيل وكريه للغاية ذو عواقب مريعة محتملة. لقد حانت الساعات الأخيرة — لصحيفة ليبراسيون — مع أنها قد تدوم لزمن طويل. (كلود مويزي، محلل إعلامي)[47]

(٤-٥) كل شيء له ثمن

يترتب على فقدان الأرباح وفقدان المنافسة الصحية عواقب أخرى.

نرى بالفعل الكيفية التي تهجر بها صحف المملكة المتحدة العمل الصحفي من أجل إعداد نشرات مجانية عن الأفلام القديمة الموضوعة على أقراص الدي في دي. يتزايد اهتمام الصحف بالتحقيقات وموضوعات أنماط الحياة؛ لأنها، كما أخبرني أحد المحررين، تترك مهمة إذاعة الأخبار الأساسية للبي بي سي ووكالة أنباء بريس أسوسييشن، وهذا له بعض العواقب غير المتوقعة على المدى القريب.

في لندن تظهر أنباء مثل قطع أشجار الغابات وانفجار قطار مترو الأنفاق على صفحات الصحف المجانية، ويجرى توزيع ١٫٥ مليون نسخة لأربع صحف مجانية رئيسية على المتنقلين بالقطار كل يوم، وهذا في العاصمة وحدها، وفي أنحاء أوروبا والولايات المتحدة يجرى توزيع نسخ مستقلة ومجانية من النسخ التي يدفع الأفراد نقودًا للحصول عليها.[48]

من وجهة نظر شخص مثلي بدأ حياته المهنية في صحيفة محلية مجانية أرى أن هذا اتجاه إيجابي في الغالب. ليست لديَّ أية مخاوف ثقافية تجاه سعر النسخة. آلاف الأشخاص الذين لم يقرءوا الصحف أصبحوا الآن يقرءونها في طريق ذهابهم إلى العمل أو عودتهم منه. جرى تعيين المئات من صغار الصحفيين غالبًا لحشو هذه الصحف، وإن كان مقدرًا لهذه الصحف البقاء والنجاح، فإن عليها إذن أن تحقق المطلوب منها. يخبرني رؤساء تحريرها أنه يتعيَّن عليهم تحسين المنتج إن كان مقدرًا لهم الاستمرار:

سوف نستحوذ على قرَّاء أيٍّ من الصحف غير المجانية من خلال الأخبار التي نقدمها. نحن نقتنص وقت القرَّاء ونقدِّم لهم معلومات تهمهم في عجالة، وذلك أمر نحسن فعله. إن طريقة التوزيع هي التي تغيرت، وينطبق هذا على الصحف

المجانية أو مقاطع فيديو أو المقاطع المسموعة أو المقابلات أو التفاعلات أو ما شابه على الإنترنت. ما زالت تحتاج أن تخرج بحثًا عن خبر جديد وتكون أول من تذيعه. ما يزال هناك جمهور نحتاج أن نضمه، غير أن الفارق الكبير هنا هو أنه يوجد عالم أكبر تحتاج أن تسوِّقه له. (كيني كامبل، رئيس تحرير جريدة مترو (لندن))[49]

لكن في رأيي فإن هذه الصحف هي في الأساس إجراء مؤقت لسد الفجوة؛ فهي وسيلة لتوصيل الإعلانات إلى جمهور معين مع الاستعانة بقدر محدود من الأخبار الصحفية. قد يكون هذا حلًّا هامشيًّا لتحدي الإعلام على الإنترنت، غير أنه ليس القوة الإلهية المنقذة لقطاع الصحافة ككل. وبالنظر إلى مؤشرات الصحف المجانية حتى الآن، يتبين أنها لم تُجب عن سؤال أحد الصحفيين المحنَّكين الذي تحول إلى العمل الأكاديمي: «كيف تدعم تكاليف العمل الصحفي الجيد إذا تحولت الصحف غير المجانية إلى صحف مجانية؟ فالصحف المجانية مليئة بالافتتاحيات التي تعوزها الجرأة والحيوية والتي تفتقر إلى صحافة استقصائية كفؤة» (بول تشيرمان، كلية لندن للصحافة).[50]

(٤-٦) فقدان الجودة؟

تشير كل هذه الاتجاهات إلى فقدان الجودة. تحدَّث رئيس الوزراء البريطاني السابق توني بلير عن هذا في سياق تغطية سياسية:

يواجه الإعلام شكلًا من أشكال المنافسة أكثر حدة للغاية من أي شيء واجهه قط من قبل، وهو ليس سيد هذا التغيير وإنما ضحيته، والنتيجة هي إعلام يقوده باطراد وبدرجة خطيرة «التأثير». التأثير هو المهم؛ فهو كل ما يمكن تمييزه، وما يمكن أن يعلو على الضجيج وما يمكن ملاحظته. يمنح التأثير ميزة تنافسية. لدقة الخبر أهميتها لا ريب، غير أنها تلي التأثير في الأهمية. يُضعف هذا التركيزُ المتفاني والضروريُّ على تحقيق التأثير — المعاييرَ؛ فيخفضها ولا يجعل تنوع الإعلام نقطة القوة المنشودة وإنما زخمًا هدفه الأنباء المثيرة قبل أي شيء آخر. (توني بلير من حديث له كعضو في البرلمان)[51]

أغلب الانتباه الذي استحوذ عليه هذا الحديث كان نتيجة لما شعرت بأنه هجوم غير حكيم على وسائل الإعلام بوصفها «حيوانات ضارية»؛ فقد كانت هذه سقطة من سياسي في

نهاية حياته المهنية التي اعتمدت بدرجة كبيرة على إدارة محنكة — وقد يقول البعض عنها إنها مضللة — للإعلام. لكن قليلين أنكروا الفكرة العامَّة، التي مفادها أن الصحافة ترزح تحت ضغط أكبر بسبب تضييق هوامش الربح ومضاعفة عدد المواعيد النهائية.

على أن الصحافة دائمًا ما تُتهم بضعف الجودة، وتلك سمة أصيلة في عملية إنتاجها، فالصحافة هي فن الممكن، وليست حرفة مناسبة لطالبي الكمال. سيوجد دائمًا توتر بين الرغبة في بلوغ أكبر عدد ممكن من الأفراد، والحاجة إلى تقديم أفضل منتج ممكن. إن صميم عمل الصحافة هو التقليل من حدَّة الواقع أو تخفيفها؛ فمن المستحيل تقديم العالم بكل تعقيداته الغنية عندما تكون بصدد ميعاد تسليم نهائي. لكن السؤال هو: هل الضغط الذي تتعرض له الصحافة من أجل حماية الأرباح أو تلبية تخفيضات الميزانية يقلل من قدرة الصحفي العامَّة على تقديم أخبار بشكل جيد واكتشاف الحقائق؟

تحدَّثْ إلى صحفيين محنكين وسوف يقولون لك إن تقليل الموارد — ولا سيما الوقت — سيُضعف المحتوى الصحفي، وهو أمر لطالما شهدته على الدوام في حياتي العملية في الطباعة وتليفزيون الخدمة العامَّة والبث التجاري، فكل عام شهد عددًا أقل من الصحفيين يقدمون إنتاجًا أكثر. يتحجج المديرون بأن هذا نتاج فاعلية التكنولوجيا الجديدة، وهم على حق. لكن يأتي وقت حينما يكون الصحفيون في غاية الفاعلية لدرجة أنه لا يكون لديهم متسع من الوقت للتشبيك، وإجراء الأبحاث الأساسية، والجهود التخمينية التي تُسفر عن المكافآت طويلة المدى من ناحية الجودة التحريرية. هذا أمر حقيقي بالأخص في سياق دورة الأخبار المعاصرة عالية السرعة التي تعمل على مدار الأربع والعشرين ساعة. أرى أن الصحافة تتغير إلى عملية متعددة المهارات ولكن في الوقت نفسه متعددة المستويات، فعلى غرار الجيوش الحديثة، يكون هناك قوات الجبهة الأمامية المنوط بها الاقتتال الدائم، ثم هناك القوات الاحتياطية التي يُفترض أنها تجلب بعدًا إضافيًّا إلى ساحة المعركة. إن هذه الوظائف المتعلقة بالصحافة العادية ثم بالصحافة «ذات الجودة» يجري الفصل بينها باطِّراد، وهناك خطر يتمثل في اختفاء الصحافة بِرُمَّتها.

يشير بعض النقاد بإصبع الاتهام إلى ثقافة الإعلام نفسها. يشعر أشخاص مثل جون لويد؛ الصحفي بجريدة فاينانشال تايمز والذي يعمل الآن بجامعة أكسفورد، أن تجاهل الإعلام التنافسي للقيم الأكبر قد أفسد جودة الخطاب العام:

> قد تكون الصحافة الجيدة المتوافرة بكثرة عرضة لخطر الهزيمة أمام الصحافة التي تُولي القليل من الانتباه إلى الحقائق، والتي تصبُّ تركيزها على خبر أساسي

عن التدهور العام وسوء النية السياسية، والتي تحفز بين قرَّائها ومشاهديها توجهًا إما بالازدراء أو انعدام الثقة، بينما تنتقد بشدة وطوال الوقت المسئولين الحكوميين والساسة لكونهم في السلطة إبَّان فترة «لا مبالاة الناخبين». (جون لويد، معهد رويترز)[52]

أغلب الظن أن يكون هؤلاء النقاد للصحافة الحالية غير واثقين في قدرة الأخبار على الإنترنت على فعل أي شيء باستثناء زيادة الموقف سوءًا. إن الافتراض النظري الذي يقوم عليه هذا النقد صحيح؛ فهو يقوم على أفكار مثل أفكار الفيلسوف السياسي يورجن هابرماس[53] الذي رأى أن الإعلام ساعد في تكوين بناء من الخطاب الاجتماعي؛ أي مجال للمناقشة الديمقراطية العامَّة. الشيء المثير هو أن هابرماس نفسه قد عبَّر عن شعور متناقض حيال الإنترنت:

وسَّع استخدام الإنترنت سياقات التواصل وفتَّتها في الوقت نفسه. لهذا السبب يمكن أن يكون للإنترنت تأثير مدمر على الحياة الفكرية في ظل أنظمة الحكم الاستبدادية. لكن في الوقت نفسه يُضعِف التشابك الأفقي الأقل رسمية بين قنوات الاتصال إنجازات الإعلام التقليدي. يركز هذا انتباه جمهور مجهول ومتفرق من العامَّة على موضوعات ومعلومات منتقاة؛ مما يجعل المواطنين يركزون على نفس القضايا والآراء الصحفية المرشحة من منظور نقدي في أي وقت معين، والثمن الذي ندفعه لنمو المساواتية التي يقدِّمها الإنترنت هو إتاحة وصول لا مركزي لأخبار غير منقحة. في هذا الوسط، تُفْقِدُ المساهمات التي يقدِّمها المفكرون قدرتها على خلق تركيز. (يورجن هابرماس)[54]

سأتناول آراء هابرماس ومخاوفه بشأن تأثير الإنترنت الدافع نحو التسطيح بالمزيد من التفصيل لاحقًا، لكن أحد رواد الأعمال السابقين بوادي السيليكون كان أكثر يقينًا من أن الإنترنت هو الملوم؛ إذ اضْطَلَعَ أندرو كين بحملة بمفرده ليحذرنا من التأثير السيئ للإنترنت على كل ما هو متحضر:

إن الإعلام القديم يواجه الانقراض … القردة مسيطرون، ودِّع خبراء اليوم وحراس الثقافة؛ المراسلين ومذيعي الأخبار والمحررين وشركات الموسيقى واستوديوهات أفلام هوليود؛ ففي ظل ثقافة الهواة السائدة اليوم، يدير القردة

> المشهد؛ فهم من يكتبون المستقبل بالعدد اللانهائي من آلاتهم الكاتبة، وقد لا يروق لنا ما يكتبونه.[55]

يرى كين أننا نعتمد على الصحفيين باعتبارهم حراسًا مهنيِّين للحفاظ على صحة الأخبار. لا يمكننا ببساطة الثقة في الإنترنت؛ فالصور الرقمية يمكن تزييفها، والمدوِّنون غير محايدين وغامضون. صحافة المواطن لا يمكن التحقق من صحتها، وهي مهووسة بكل ما هو شخصي وتافه، وهي:

> تتألف من حشدٍ من كتاب مجهولين وذاتيِّي المرجع في المقام الأول، هدفهم ليس تغطية الأخبار وإنما نشر الشائعات، والفضائح السياسية المثيرة، وعرض صور مخجلة للشخصيات العامَّة، وربط الأخبار بموضوعات تخيُّلية مثل مشاهدات الأطباق الطائرة أو نظريات المؤامرة حول أحداث الحادي عشر من سبتمبر. (أندرو كين).[56]

يؤيد بعضٌ من كبار الشخصيات في هيئة الصحفيين ما ذهب إليه أندرو كين. قضى نيكولاس ليمان وقتًا طويلًا يكتب في أرفع المجلات والصحف الفكرية بالولايات المتحدة قبل أن يصبح عميدًا فخريًّا للصحافة بكلية الصحافة بجامعة كولومبيا، واحتقاره المتعالي واضح:

> تضطلع المدوَّنات الأكثر طموحًا، مجتمعة معًا، بدور تقديم النشرات المعلوماتية سريعة الانتشار التي تعتمد بشدة على الإحالة لمصادر أخرى؛ فهي عبارة عن منتدًى مفتوح لكل رأي وارد فشل في شق طريقه إلى وسائل الإعلام الكبرى، أو ببساطة وسيط يعرض الفرد من خلال رأيه في الحياة كما يتبدَّى لنا في ملايين المدوَّنات الشخصية على نحو صِرْف. الإنترنت هو أيضًا مكان لنقد الصحافة («باستطاعتنا التحقق من كل شيء!» هي واحدة من الصرخات المحتشدة لجموع المدوَّنات) ومكتبة بحثية كبيرة عن الأخطاء الْمُربكة والمقتطفات والْمُزَح والنوادر والأداء المحرج للشخصيات الهامة. لكنَّ أيًّا من هذا لم يَرْقَ بعدُ إلى مستوى ثقافة صحفية غنية بما يكفي للتنافس بطريقة جادة مع الإعلام القديم — لكي تعمل كبديل وليس كإضافة.[57]

هذه الانتقادات بها شيء من الصحة؛ سيكون رائعًا لو أن مجالًا عامًّا شاسعًا مثل الإنترنت كان لا يشغله سوى أشخاص متعمقي التفكير يصنعون صحافة عميقة وملهمة. لماذا لا ينبغي أن يعكس الإنترنت الإنسانية بكل سخافتها وبكل مجدها؟ ما يشترك فيه هؤلاء النقاد هو حنين غريب إلى تاريخ وسائل الإعلام التقليدية، ومعظم هذه الاتهامات كان يمكن توجيها في أي وقت على مدار القرن الماضي تقريبًا لوسائل الإعلام الجماهيرية.

منذ فجر الصحافة وهناك دائمًا أشخاص يتفجعون من طبيعتها الحقيرة ومن الانحدار الحتمي نحو توافه الأمور ومن الإثارة. كان أنطوني سامبسون؛ مؤرخ تاريخ بريطانيا بعد الحرب، ناقدًا ينتمي إلى فئة نخبوية كلاسيكية وإن كانت تحررية، ومع ذلك يقتبس هو نفسه من أشخاص يعودون إلى عصر جوناثان سويفت يتأسَّفون على تدهور وسائل الإعلام الإخبارية. يقتبس سامبسون هذه الأبيات الرائعة التي سطَّرها شاعر القرن التاسع عشر الرومانسي ويليام وردزورث كردٍّ فعل للاستخدام الجديد للصور المطبوعة في الصحف والمجلات:

قد عاد الدَّهرُ لمبدئِه،
وارتدَّ الكهلُ لصَبْوَتِهِ
في الكهفِ لسابقِ مهنتِه.
فليُقْلِع مَن ضلَّ بفعلتِهِ
وأضرَّ بطبعة صفحتِهِ!

(ويليام وردزورث، قصيدة «الكتب والصحف المصورة»)[58]

من يعلم ما كان عساه أن يكون رد فعل الشاعر تجاه المدوَّنات. يتأسف سامبسون في سبعينيات القرن العشرين على ما يراه انحدارًا في التغطية الصحفية الكلاسيكية الذكية: «هجر الصحفيون تقريبًا عمليات التحقيق الصحفي. لا يوجد الآن كُتاب جدد يحاكون جورج أورويل أو بريستلي في تقصِّي أحوال المدينة ... وإنما يوجد طوفان من أعمدة المقالات التي تقدِّم تعليقات بدون حقائق.»[59]

يتأفَّف سامبسون من «ابتعاد» وسائل الإعلام الإخبارية عن العالم، ويشكو من أن الخُطب البرلمانية لم تَعُدْ تُسجَّل بالتفصيل في صحيفة «ذا تايمز أوف لندن»، ويخشى أنه فيما اعتادت وسائل الإعلام مقاومة السلطات، فإنها أصبحت الآن هي نفسها الأقرب لزمرة حاكمة نخبوية. ثمة نقاد معاصرون للإنترنت أمثال أندرو كين لديهم نفس هذا المنظور الذي يقضي بأن الحضارة الليبرالية النابضة بالحياة أصبحت عرضة للخطر.

إن الحنين إلى الماضي ليس سببًا كافيًا للجزم بخطأ آراء من يتنبئون بالخراب القادم. أكاد أجزم أن الصراع المستمر لتعريف الجودة التحريرية والحفاظ عليها هو أمر في صميم طبيعة الصحافة، ومن هذا المنظور تعكس الصحافة المجتمع بالفعل؛ فتقدُّم شخص هو تراجعُ آخر. إلا أن أولئك الذين درسوا تاريخ وسائل الإعلام بطريقة أكثر منهجية قد وجدوا أنه من الممكن إثبات أن الصحافة قد تطورت كيفًا وأيضًا كمًّا. اعتلى ستيوارت بورفيس قمة نشرات الأخبار لبضعة عقود الآن قبل أن يصير معلقًا وأستاذًا في مجال الإعلام. جمع بورفيس أبحاثًا قارنت ما أنتجه الصحفيون بين عامي ١٩٦٥ و٢٠٠٥، فوجد أن النتاج المعاصر للنشرات الإخبارية والصحف أكثر شمولًا وتنوعًا وبالتأكيد أكثر جاذبية:

> كثيرًا ما تبدو العصور الذهبية أقل بريقًا بعض الشيء عندما تنظر إليها لاحقًا، ولا يشذ عام ١٩٦٥ عن هذه القاعدة. على سبيل المثال، النشرة الإخبارية الرئيسية ذات المذيع الواحد والمحاور الواحد والرأي الواحد والخبير الواحد والمراسل الواحد ليست مدعاة للكثير من الانبهار، وقد قدَّم مذيع النشرة، بيتر سنو، أداءً متميزًا للحفاظ على جودة وتماسك النشرة، وبالمثل لم تكن النماذج المكافئة في الصحافة ملهمة بمقاييس اليوم. لقد وجدت بصراحة عند مشاهدة هذه النشرة ومطالعة الصحف التي تعود إلى عام ١٩٦٥ أن أغلبها مملٌّ في محتواه وفي طريقة تقديمه. إن الرؤية طويلة المدى تؤكد حتمًا على أن الثورة التقنية في الإنتاج قد جعلت وسائل الإعلام الإخبارية أكثر توفرًا، وبلا شك أكثر جاذبية أيضًا … فبدلًا من فرض تأثير تبسيطي، هناك قطاع من السوق في التليفزيون والطباعة قد تطور من أجل جذب أجيال ما بعد الحرب الذين كانوا أول من حصلوا على تعليم عالٍ في تاريخ عائلاتهم. (الأستاذ ستيوارت بورفيس، بجامعة سيتي).[60]

وجد بحث مشابه أن صحيفتين أمريكيتين معاصرتين ملتزمتين بمعايير الجودة كانتا تتمتعان بالكفاءة نفسها على الأقل في المعايير القابلة للقياس كما كانتا عام ١٩٧٢.[61]

ثمة الكثير من الصحافة «عالية الجودة» اليوم كما كان دومًا، وبينما تستثمر الوكالات الإخبارية في الخدمات التي تقدِّمها على الإنترنت أزعم أن هناك ما هو أكثر من ذلك بكثير، ويرتبط هذا الزعم جزئيًّا بنجاح وكالات إخبارية مثل صحيفة ذي إيكونومست، وصحيفة

إنترناشونال هيرالد تريبيون، ونشرة أخبار القناة الرابعة، ومجلة نيويورك ريفيو أوف بوكس، وصحيفة فاينانشال تايمز، وبالطبع هيئة الإذاعة البريطانية البي بي سي. لكن كما يحذر بورفيس ربما نرى الكوب نصف ممتلئ الآن، غير أننا نعيش لحظة حرجة: وقد يصبح المتشائمون على حق، وأخشى أننا بلغنا بالفعل «نقطة التحول»؛ تلك المرحلة الحرجة في عملية تبني تكنولوجيا جديدة عندما تكون تطبيقاتها مُحددة فيما يتعلق بالمستقبل القريب، اللحظة التي يختار المجتمع عندها كيف سيشكل تأثيراتها. الأمثلة التي ضربتها للصحافة عالية الجودة هي لمؤسسات بإمكانها سدُّ نهم الصفوة المتلهفة للمعلومات والتي لديها الموارد لتمويل المزيد من الصحافة كثيفة العمالة. معظم تلك المؤسسات أيضًا هي الأفضل في استغلال الإمكانيات الرقمية والإمكانيات على الإنترنت لبناء علاماتها التجارية. لكن عالمًا تُتاح فيه الصحافة الجيدة لتلك الصفوة فحسب ليس عالمًا تسوده المنافع الناتجة عن جمهور مستنير. تمتلك الولايات المتحدة الأمريكية بعضًا من أرفع المجلات والدوريات في العالم التي تُشبع النهم الفكري للصفوة واسعة الثقافة بأمريكا. لكن ماذا عن البرامج الإخبارية على الشبكات التليفزيونية؟ ثمة الكثير من الضغوط التي تواجهها الصحافة وتدفعها إلى الخوف من المستقبل.

(٥) ماذا يحدث للمجال العام؟

كل هذه قضايا مهمة لأن معالم وسائل الإعلام الإخبارية تساعد في تعريف العالم الذي نعيش فيه. إن التغيرات التي تطرأ على الإعلام لها آثار اجتماعية وتتسبب بدورها في تغيرات اجتماعية تشكِّل صحافتنا.[62] لا تحدد التكنولوجيا التغيرات التي طرأت مؤخرًا على وسائل الإعلام الإخبارية بطريقة آلية بسيطة؛ إذ تتغير التكنولوجيا استجابةً للتغيرات المجتمعية بنفس القدر الذي تسبب به هي هذه التغيرات المجتمعية. لن نفهم مستقبل الصحافة دون إدراك أن القضية تتعدى مجرد تغيير في الآلات والأدوات، فالأمر ليس مجرد جيل جديد يستخدم ألعابًا ومواقع غريبة بطرق جديدة، وإنما هو حقيقة أن المجتمع يشهد تغيُّرًا جذريًّا على مدار الثلاثين عامًا الأخيرة للكثير من الأسباب الأخرى؛ ومن ثم يريد الناس نوعًا جديدًا من الإعلام، يمكن أن تساعد التكنولوجيا الجديدة في إنتاجه. يعني هذا أنه يتعيَّن علينا فهم أن نمط العمل ليس الأمر الوحيد المطروح للإصلاح، بل سبب وجود الصحافة نفسها مطروح كذلك؛ وعليه فعندما نتحدث عن «تبسيط» أو «انحدار» وسائل الإعلام، فإننا بصدد أمر يصعب تحديده.

طريقة أخرى للتعبير عن هذا هي قول إن المجال العام آخذ في التغير. هذا الكتاب ليس المكان المناسب لتناول المفهوم المحوري الذي يطرحه يورجن هابرماس تناولًا مفصلًا، غير أنه مفهوم نافع كطريقة لفهم ماذا نقصد بالمساحة التي تتشارك فيها وسائل الإعلام والمجتمع:

> نقصد بالمجال العام قبل كل شيء نطاقًا من حياتنا الاجتماعية يمكن فيه تكوين ما يقارب الرأي العام، ودخول هذا النطاق مكفول لجميع المواطنين، فجزء من المجال العام ينبثق إلى حيز الوجود مع كل حوار فيه يجتمع أفراد عاديون لتكوين كيان عامٍّ، واليوم تمثِّل الصحف والمجلات والراديو والتليفزيون وسائل إعلام المجال العام. (هابرماس، «المجال العام: مقال موسوعي»)[63]

بلا ريب، الفكرة وراء مفهوم المجال العام عند هابرماس هي اعتقاده بأن الصورة المثالية للمجال العام قد تدهورت منذ نشأتها في مقاهي لندن في أواخر القرن الثامن عشر. يذكر هابرماس أنه في هذه المقاهي جرت مناقشة موضوعات تهم الصالح العام، لا على لسان طبقة ملاك الأراضي فحسب، وإنما أيضًا على لسان التجار والمواطنين العاديين. كان الهدف أن يحدث توافق في الآراء، وقد انصبَّ التركيز على قوة الحجة، وليس على الوضع الاجتماعي للمتحدث. لعبت الصحف دور الناقل لهذا النقاش؛ إذ كانت تنشر معلومات بحيث يتمكن القرَّاء من المشاركة في مناقشات حول موضوعات اليوم على أسس مستنيرة. يرى هابرماس أن هذه الصورة المثالية للمجال العام قد ضاعت في وقت مبكر من القرن العشرين عندما توقفت الصحف عن لعب دور الوسيط الذي ينقل الأخبار والمناقشات واقتصرت على المصالح التجارية. لا أقبل جميع جوانب هذه الرؤية شديدة الانتقائية والتي تكاد تكون ساذجة عن المجتمع ووسائل الإعلام. بَيْدَ أنني أشاركه تطلُّعه لدور للإعلام في السياسة، وأتفق معه على أن فكرة المجال العام الذي تنقله الصحافة وتشكِّله عوامل اجتماعية وسياسية تساعدنا في فهم ما نمر به الآن.

لا أريد ادعاء أن كل تكنولوجيا المعلومات الجديدة قد أعادت بطريقة ما تشكيل العالم بمفردها، بل أريد التأكيد على التغيرات الاجتماعية الأوسع؛ فقد شهدنا في خلال الثلاثين عامًا الأخيرة إعادة رسم تحالفات سياسية عالمية، وقد صاحب ذلك تحوُّل أعم في طريقة عيش الناس لحياتهم كأفراد ومجتمعات، وأي وصف على هذا النطاق العالمي سيكون غير دقيق في بعض المواضع، وسيشمل تعميمات كاسحة. حسنًا، ذلك المجال

العالمي هو نطاق العمل الصحفي اليوم، وتلك قائمة بالموضوعات المقترحة: نهاية نظام الفصل العنصري، نهاية الشيوعية، الخصخصة، التغير المناخي، ندرة المياه، صعود الإسلام السياسي، عودة القوى العظمى الآسيوية الممثلة في الهند والصين، ارتفاع الدخول الآسيوية إلى المستويات الغربية، جهود مكافحة فيروس نقص المناعة البشرية، إنفلونزا الطيور، الهجرة، تكنولوجيا الدي إن إيه. أعاد كل هذا رسم ملامح عالمنا في العشرين سنة الأخيرة؛ الأفراد صاروا أقل مراعاةً، وأكثر استهلاكًا على المستوى العالمي، وأطول عمرًا، وأفضل تعليمًا، وأقل جوعًا، وأقل فقرًا، وأكثر تحكمًا في حياتهم الإنجابية. ببساطة هذا ليس العالم نفسه وهؤلاء ليسوا نفس الأفراد الذين كانوا موجودين منذ جيل؛ وعليه لماذا من المفترض أن يظل المجال العام هو هو نفسه؟

لا يزال هذا المفهوم في غاية النفع من الناحية النظرية، غير أن دور الإعلام في أي محاولة لفهم تصميم هذا المجال العام لا بد أن يتغير مع تغير المجال:

> إن فكرة المجال العام المحفوظة في الديمقراطية الجماهيرية لدولة الرفاهية الاجتماعية — تلك الفكرة التي تنادي بعقلنة السلطة من خلال وسيط النقاش العام بين أشخاص عاديين — تواجه خطر التفكك مع التحول الهيكلي للمجال العام نفسه، ولا يمكن إدراكها اليوم إلا على أساس مُعَدَّل. (هابرماس)[64]

أرى أن الإنترنت ضروري لهذا «الأساس المُعَدَّل». سوف أناقش لاحقًا في هذا الكتاب أن الصحافة الشبكية الجديدة هي الاستجابة الحتمية، أو قطعًا الاستجابة الأكثر استحسانًا، لهذه الديناميكية المتغيرة، فيما يكون المجال العام مهددًا، لا بد أن تتغير الصحافة لتدعيم مهامِّها وقيمتها الأساسية؛ وعليه عندما نقرر ما هو آخذ في التدهور وما هو آخذ في الازدهار، يجب ألا نفترض أن الصحافة كيان ثابت. المجتمع يتغير؛ وعليه لا بد أن تتغير الصحافة أيضًا. الصحافة تتغير؛ ومن ثم يتعيَّن على المجتمع أن يُعير انتباهه.

(٥-١) الخدمة العامَّة في حالة تقهقر

أحد سبل قياس الخطر الذي يهدد الدور الإيجابي للصحافة في المجال العام هو الموقف من عنصر الخدمة العامَّة في الصحافة. حتى الآن لطالما كانت الدول مستعدة لتحمل مسئولية المساعدة في تقديم قيمة اجتماعية من خلال الصحافة، وبالأخص من خلال البث الإذاعي أو التليفزيوني. حيثما لا تقدِّم مؤسسات القطاع الخاص في أكثر صورها

بدائية كمًّا كافيًا من الصحافة الإخبارية ذات الجودة، عندئذٍ تتدخل الدولة أو الهيئات العامَّة لتمويلها، وينفذ ذلك على أساس كلٍّ من «فشل السوق» والسياسة الثقافية. في هذا السياق أتبع تعريف جافين ديفيز، رجل الاقتصاد ورئيس مجلس الإدارة السابق لإذاعة البي بي سي.[65] فهو يعرِّف ما يُطلق عليه البث «الريثي» [نسبة إلى سير جون ريث، أول مدير عامٍّ للبي بي سي] على أنه بضاعة أو منتَج عامٌّ، من المفترض في الوضع المثالي أن يقدِّمها السوق الحرُّ لكن هذا ليس ما يحدث. يعود هذا جزئيًّا إلى أنه لا يوجد سوق حر بالكامل في وسائل الإعلام الإخبارية؛ فالمجال الترددي محدود بإمكانيات التكنولوجيا التناظرية على سبيل المثال. كما يشير أيضًا إلى فشل التوزيع الذي يعاني منه القطاع الخاص، وبالطريقة التي يحدد بها السوقُ الحرُّ الأسعارَ؛ فإن بعض القطاعات من السكان لن تحصل على الخدمات لأنها لا تستطيع شراءها أو لأنها غير مستعدة لدفع هذا الثمن، وكما يقول ديفيز، يعني مجيء التكنولوجيا الرقمية اختفاء الكثير من الحُجج التكنولوجية التي تُبَرِّر فشل السوق.

لكن كما يوضح ديفيز، توجد أنواع أخرى من جوانب فشل السوق التي لا بد أن تعالجها خدمة البث الإذاعي والتليفزيوني العامَّة، ويقول إن أفضل من يقدِّم تلك الخدمة في المملكة المتحدة هي البي بي سي، غير أنه لا يستبعد النماذج الأخرى إن كان بمقدورها التعامل مع تحليله لفشل السوق، ويردف قائلًا إن الأشخاص يريدون في الأساس خدمة البث الإذاعي والتليفزيوني العامَّة مثلما يريدون خدمة مكافحة الحرائق أو الجيش، فحتى لو أنهم لا يستخدمونها كل يوم، فهم يَرَوْنَ أنه من الجيد أن تكون متاحة من أجل الصالح العام. هذه مسألة سياسية وثقافية، وفيما تتغير تلك القيم الاجتماعية مع التغير التكنولوجي، فإن ظروف السوق ستكون بالتأكيد عُرضة لإعادة الفحص أيضًا. وببساطة، فيما تزداد صلابة قوى السوق، تتعرض هياكل الخدمة العامَّة الحالية للخطر.

ثمة شيء واحد مؤكد: لقد تغير معنى الخدمة العامَّة وطريقة تقديمها. انظر إلى مثال حلقات البرنامج التعليمي «سكول هاوس روك»[66] الذي علَّم ملايين من أطفال مدارس الولايات المتحدة عن كل شيء عن الحياة من الحكومة إلى القواعد النحوية. كان البرنامج ينتمي لسلسلة إعلانات الخدمة العامَّة الكرتونية التي كانت تُذاع على شبكة تليفزيون هيئة الإذاعة الأمريكية إيه بي سي أثناء فقرة البرامج الكرتونية التي تُعرض صبيحة كل سبت في سبعينيات القرن العشرين. إذا أنشدْتَ هذه الكلمات «أنا مجرد مشروع قانون» أمام أي أمريكي بالغ تقريبًا في الحقبة العمرية ما بين الثلاثين والأربعين،

فسوف يجيبك: «جالس على سلالم مبنى الكونجرس الأمريكي.»[67] جسدت هذه الحلقة تحديدًا من برنامج «سكول هاوس روك» مفهوم «مشروع القانون» في الولايات المتحدة كشخصية كرتونية تغني وترقص، حيث كانت تشرح العملية التي يمر بها مشروع القانون في الكونجرس الأمريكي كي يصبح قانونًا. يتذكر الأمريكيون من الجيل إكس (الجيل الذي ولد منذ أوائل ستينيات القرن العشرين حتى منتصف السبعينيات) هذه العملية، ليس لأنهم تعلَّموها في المدرسة، لكن لأنها كانت جزءًا من المشهد الإعلامي الذي عاشوا فيه. كان شعار البرنامج «لأن المعرفة قوة!»[68] ومِنْ ثَمَّ شبَّ جيل من الأمريكيين وهو يؤمن بأن معرفة الأخبار والسياسة والقواعد النحوية كانت مهمة؛ لأنهم شاهدوها على شاشة التليفزيون. لقد اختفت هذه النوعية من برامج الخدمة العامَّة إلى حد كبير من التليفزيون الأمريكي في هذه الأيام، فقد حلَّت محلها برامج تنقصها البراعة تحت عنوان «افعل الصواب» التي يتجاهلها النشء البارع في قراءة الإعلام. يمكن أن يرجع هذا الفشل الواضح إلى أن الشباب أصبحوا شديدي التعقيد أو إلى عدم تخصيص ما يكفي من الموارد أو الجهد اللازم لإعداد الرسالة. في كلتا الحالتين يشير هذا إلى حقيقة أن تقديم خدمات عامَّة قد أصبح أصعب كثيرًا مما كان في تلك الأيام التي كانت تلعب فيها الخدمات العامَّة دورًا رائدًا. وفي الولايات المتحدة لم يكن قطاع الخدمات العامَّة قويًّا قَطُّ في أي مرحلة من المراحل، وجمهور الإذاعة الوطنية العامة صغير والميزانية تزداد تقلصًا.[69] تمتلك الولايات المتحدة بعضًا من أرفع الصحف والمجلات في العالم، لكنها كما ناقشنا أعلاه تزداد انعزالًا.

في أماكن أخرى، ثمة دلائل تشير إلى رزوح الخدمات العامَّة تحت ضغط مماثل؛ لا نتيجة منافسة وسائل الإعلام الجديد فحسب، وإنما جزئيًّا بسبب التكنولوجيا الجديدة وسياسة رفع القيود؛ فقد أتاح إدخال النظام الرقمي وذيوع القيم التحررية، انتشارَ منافذ البث في بلدان مثل إيطاليا وألمانيا وفرنسا والمملكة المتحدة؛ حيث لم تواصل الحكومات موقفها المتميز في التدعيم المادي للإعلام الحكومي. وفي بريطانيا فإن الموعد النهائي لحدوث ثورة في عالم التليفزيون هو عام ٢٠١٢، عندما ينتهي فعليًّا تليفزيون الخدمات العامَّة بشكله الحالي. إن سوق المملكة المتحدة ذو وضع فريد؛ من حيث إن حكومة حزب العمال التي اعتلَتِ السلطة عام ١٩٩٧ اختارت أن تعزز المركز المهيمن الذي تتمتع به إذاعة البي بي سي بدلًا من أن تقوِّضه، من خلال تسوية طويلة المدى مكَّنتها من أن توسع خدماتها الرقمية تمهيدًا لإيقاف تشغيل البث التناظري عام ٢٠١٢، وهي النقطة التي تنتهي عندها فعليًّا مهام الخدمة العامَّة الخاصة بالقناة الرابعة والقناة الخامسة

والتليفزيون المستقل؛ وهم المنافسون الرئيسيون للبي بي سي. سوف تفقد الشركات شبه التجارية «دعم» الطيف الترددي الذي يتيح لها البث عالميًّا بمنافسة محدودة؛ ما سيترتب عليه أنه في حالة تراجع عوائدها، لن يصبح في وسع المنظمين الإصرار على بقاء عناصر الخدمة العامَّة بها مثل تليفزيون الأطفال والتغطية المحلية للأخبار. بالطبع سوف تستمر البي بي سي، وإن كانت لن تستطيع تعويضَ كَمِّ صحافة الخدمة العامَّة الذي سيضيع، وكما ناقشنا أعلاه، تعتمد جودة صحافة البي بي سي بشكل كبير على منافسة الجودة مع جهات البث الأخرى. تعوِّل التعددية على وجود عدد من جهات البث التي تتشارك إلى حدٍّ ما في نفس قيم الخدمات العامَّة التي تتلقى الدعم مباشرة من الضرائب في حالة هيئة الإذاعة البريطانية البي بي سي، ومع اختفاء المنافسة وبقاء البي بي سي وحدها، يتمثل الخطر في أن الجماهير قد يتشككون في مركزها المتميز الذي لا نظير له.

في المملكة المتحدة تضع أوف كوم في حسبانها حلًّا طويل المدى في صورة مقدِّم للخدمة العامَّة، عبارة عن صندوق لتمويل بثِّ الخدمة العامَّة أيًّا كان المُنتِج أو المنفذ أو الشكل الذي تُقدم فيه، بل ويمكنه نقل الموارد إلى الصحافة الإلكترونية. أشعل هذا فتيل غضب متوقع، يعكس إلى أي مدًى يشعر مقدِّمو الخدمات العامَّة أن الصروح المصممة بعناية والتي تحمل أفضل قيم البث تتدمر بالكامل باسم المنافسة. من الصعب تخيُّل السبيل العبقري لإنشاء مقدِّم خدمة عامَّة نزيه ومبدع وماهر بما يكفي؛ للعثور على المال اللازم لمحاولة إنعاش خدمة البث العامَّة المستقلة الآخذة في التدهور وأرصدتها الآخذة في التراجع.[70] تلك مسألة لا تنحصر أهميتها داخل حدود بريطانيا. إن التحدي أمام مستقبل صحافة الخدمة العامَّة سوف يعتمد جزئيًّا على تأسيس نماذج مثل مقدِّم الخدمة العامَّة الذي يستطيع إصلاح فشل السوق، والاستثمار في وسائل إعلام إخبارية نافعة اجتماعيًّا.

وثمة خطر من أن تصير صحافة الخدمة العامَّة مجرد أثر لكيان كان عظيمًا؛ تتلقى تمويلًا من حكومات العالم الأكثر رفاهة مثلها مثل السكك الحديدية في بريطانيا ما بعد الحرب أو خدمة البريد في إيطاليا؛ أيْ كيانًا في غاية التدهور ومنقطع الصلة بآخر التطورات التكنولوجية ويخدم قطاعًا من الناس متقدمًا في العمر. وسنتناول هذا الموضوع مرة أخرى في الفصل التالي، أما الآن فدعونا نُبحر في عالم آخر، عالم أسعد، عالم مهتم بالمستقبل؛ حيث يتطلب إنشاء شركة ناشئة تكاليف ضئيلة، وكل شيء ممكن. إنه مكان يتطلع فيه كل شخص — بدءًا من وكالة رويترز ووصولًا إلى رجل الأعمال روبرت مردوخ — إلى فرصة ثانية.

(٦) فرصة ثانية في لعبة سكند لايف!

كما رأينا أعلاه، ثمة خطر حقيقي من ألا يكتسب الجيل القادم عادةَ متابعة الأخبار، وثمة خطر أيضًا ألَّا يتعلم الصحفيون عادات الإعلام الجديد التي تجعل معلوماتهم مستساغة للجيل القادم. يتعلق هذا جزئيًّا بالطريقة التي يتواصل بها الأفراد عندما يكونون متصلين بالإنترنت؛ فهي عملية أكثر فردانية وشخصانية مما كانت مع الإعلام التقليدي. إن تجربتنا مع التواصل عبر الإنترنت هي مزيج من العالمي والفوري — في الوقت نفسه غالبًا. باستطاعتنا إنشاء شبكات اجتماعية غير مقيدة بحدود المكتب أو العائلة أو حتى الواقع المعتادة. يستخدم الأفراد الهواتف المحمولة في إرسال الرسائل القصيرة، وبرنامج المراسلة الفورية إم إس إن، والبريد الإلكتروني إلى جانب الطرق التقليدية مثل التخاطب أو الحديث عبر التليفون. لم يعد يولِي الأفراد ميزة خاصة لمنصات التواصل التقليدية؛ إذ أصبح بمقدورهم مشاهدة أفلام على متن طائرة على جهاز دي في دي محمول أو كومبيوتر محمول مثلما نشاهده على التليفزيون، فضلًا عن هجرهم للسينما. إني على قناعة بأن هذا يؤثر في طريقة استهلاك الأفراد للأخبار؛ وعليه إن لم يكن بمقدورك تغيير طريقتهم، فلتنضمَّ إليهم!

يمكن أن يصل الأمر إلى حدود متطرفة؛ حيث يحصل الأفراد على الأخبار الآن عن طريق الواقع الافتراضي. «سكند لايف»،[71] Second Life، هي لعبة اجتماعية مستمرة على الإنترنت؛ حيث يدفع اللاعبون نقودًا حقيقية للانضمام إليها، وتُقدم لهم موارد داخل لعبة لخلق حياة ثانية لأنفسهم على شبكة الإنترنت، وهي حتى الآن تقدِّم لك محاكاة للواقع. لكن ما يجعل هذا مختلفًا هو أن الفرد الذي تخلقه ليس جاهز الصنع، بل أنت من تحدد وظيفتك، وتكوِّن حياتك الشخصية، ونمط حياتك في مجتمع ما مكوَّنٍ من ملايين الأشخاص الحقيقيين الذين يلعبون نفس اللعبة، وهي ليست خيالًا مطلقًا، فثمة شروط، أحدها النقود. سكند لايف لها عملة؛ إذ يمكنك مقايضة عملة لعبة سكند لايف على موقع إيباي مقابل دولارات أمريكية حقيقية. بحلول نهاية عام ٢٠٠٧ كان الناتج المحلي الإجمالي للعبة سكند لايف يفوق تقريبًا إجمالي الناتج المحلي لكلٍّ من دولتَي جامبيا وساموا ومقاطعة غرناطة بإسبانيا.[72] وحيثما يكون المال، يكون الساسة أيضًا؛ فعلى الأقل ثلاثة مرشحين رئاسيين في عام ٢٠٠٨ كانوا منضمين إلى لعبة سكند لايف.[73]

شرط آخر من شروط لعبة سكند لايف هو المعلومات؛ فهي مجتمع غني بالمعلومات؛ حيث تُلعب على الملأ (أو على الأقل مع ثلاثة مشتركين). والآن تَفتح وكالة أنباء رويترز



شكل ١-١: سكند لايف: أهي فرصة ثانية للصحافة؟

ومؤسسات إعلامية أخرى مكتبًا في لعبة سكند لايف،[74] بل وأدخلت المجلة الإلكترونية الأمريكية صالون دوت كوم مراسلًا في لعبة سكند لايف. تتمتع الشخصية الافتراضية (الأفاتار) الخاصة بالمراسل واجنر جيمس أوو بمظهر مثير للإعجاب، وقد كان متواضعًا بما يكفي لوضع صورة شخصيته الافتراضية وإلى جانبها صورة حقيقية له (انظر شكل ١-١). اشتملت بعض المهام التي كُلِّفَ بها أخيرًا على تغطية أحدث صيحات أزياء الشاطئ في هذا العالم الافتراضي، ونقد لأول «رواية» في سكند لايف، وتغطية مباشرة لأول مهرجان موسيقي في سكند لايف، وقد أخبرني واجنر أن كونك صحفيًّا في سكند لايف له مزايا كبيرة على أن تكون مراسلًا في العالم الحقيقي:

> بإمكانك إجراء حوارات مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم عن طريق شخصياتهم الافتراضية؛ مما يمنحهم قدرًا من الحماية وإخفاء هويتهم، وبافتراض أنك لست المذيع جيرمي باكسمان، فإن هذا يشجعك كمراسل أن تطرح أسئلة استفزازية — وربما وقحة — يصعب أن تطرحها في العالم الحقيقي. بالطبع ثمة قدر إضافي مطلوب من تقصِّي الحقائق، إذا كنت بحاجة

> لأن تسأل عن تفاصيل معينة خاصة بالعالم الحقيقي عن الشخص وراء الشخصية الافتراضية، غير أن هذا ليس مستحيلًا. (واجنر جيمس أوو، صالون دوت كوم)[75]

يقول واجنر جيمس أوو إنه بعيدًا عن الاختلافات العملية، فثمة ثلاثة أنواع مختلفة من التغطية الصحفية التي يمكنك القيام بها على سكند لايف:

> أولها التعامل معها على أنها قناة أخرى للتحقيق الصحفي في العالم الحقيقي؛ أي أداة أخرى إلى جانب المراسلة الفورية وبرنامج سكايب … إلى آخره. على سبيل المثال، حاورتُ أحد أعضاء سلاح مشاة البحرية الأمريكية عن حصار مدينة الفلوجة، وعن الإسرائيليين أثناء معركتهم الأخيرة مع حزب الله، وعن موقف أهل فنزويلا تجاه إغلاق الرئيس تشافيز لمحطة تليفزيونية معارضة، كل هذا على سكند لايف.
>
> المستوى الثاني بالطبع هو التغطية الصحفية للعبة سكند لايف نفسها باعتبارها منصة ناشئة وجديرة بالانتباه من محتوًى من صنع المستخدم في فضاء ثلاثي الأبعاد له اقتصاده الداخلي الخاص به الذي من المفترض أن يصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم نشط بنهاية عام ٢٠٠٧.
>
> المستوى الثالث لا يحظى بقدر كافٍ من الاستطلاع، وهو أمر محزن؛ لأنه يتمتع بالكثير من الإمكانيات، وثمة الكثير من القصص الإخبارية؛ فهناك: الصحافة الرمزية، والكتابة عن الصراعات والمآسي في سكند لايف باعتبارها إيضاحًا لقضايا إنسانية مهمة، وأكثر ما يثير حماستي صراحةً هو رؤية الكيفية التي تُعاد بها صياغة موضوعات السياسة والجنس والدين وما إلى ذلك في عالم بديل. (واجنر جيمس أوو، مجلة صالون دوت كوم)[76]

تلك كلها أمور في غاية الإمتاع، وقد تقدِّم دروسًا لنا يمكن أن نستفيض فيها في الفصل التالي حول الصحافة الشبكية. لكن انتبهوا لي لحظة من فضلكم: سكند لايف هي عالم مزيَّف؛ فهي تلفيق افتراضي. إن التغطية الصحفية على سكند لايف لا يمكن تعريفها فعليًّا بأنها صحافة إلا إذا أدرجتها في فئة متخصصة مثل الرياضة أو الفنون أو إذا صنفتها كنوع من الكتابة الإبداعية. مع أن واجنر جيمس أوو قدَّم مثالًا إلكترونيًّا مثيرًا للصحافة، فإن وجود وكالات إخبارية مثل رويترز داخل اللعبة هو لغرض تسويقي أكثر

من كونه حلًّا للتحديات التي تواجهها في العالم الحقيقي، ومع أن ثمة شواهد على أن المزيد من شركات الترفيه تتجه إلى سوق العالم الافتراضي،[77] فإن هناك أيضًا أمارات على أن هذا العالم ليس منجم ذهب لقطاع أعمال الإعلام في العالم الحقيقي. وعلى ما يبدو يتجه الأفراد إلى سكند لايف كوسيلة للهروب من الطابع التجاري لعالم الواقع؛ وعليه فهم ببساطة لا ينفقون الكثير من النقود الحقيقية وهم هناك.[78]

إن فكرة أن لعبة سكند لايف لا تقدِّم سوى عالم مجازي يمكن فيه إحياء الصحافة هي ببساطة وهمٌ انهزامي. تتعلق وسائل الإعلام الإخبارية بحافة نافذة مبنًى مشتعل؛ فلا تستطيع القفز ولا التشبث بحافة النافذة إلى الأبد وهي تصرخ قائلة: «النجدة، النجدة، من سينقذنا؟» حان الوقت كي يمد الإعلام الخارق يد الغوث.

ملخص الفصل

- الصحافة تمر بثورة ذات أبعاد تاريخية.
- الصحافة جيدة كما كانت دائمًا، غير أنه يتعيَّن عليها أن تتغير، وأن تفعل هذا وهي تتعامل مع تهديدات سياسية واقتصادية.
- ثمة خطر هائل على نمط عمل الصحافة الحالي.
- الجمهور يتغير في طبيعته وسلوكياته.
- بالرغم من انخفاض تكاليف الإنتاج، فإن العوائد عرضة للخطر نتيجة لزيادة المنافسة.
- يملك الإعلام التقليدي موارد تاريخية، وتاريخًا خاليًا من الابتكار، ومع ذلك يتعيَّن عليه أن يُصلح نفسه مرة أخرى.
- ثمة خطر من تفتت الجمهور وانعدام التنوع في الإنتاج.
- ثمة خطر من فقدان كبير لصحافة الخدمة العامَّة وانخفاض هائل في جودة الصحافة الجماهيرية.
- ببساطة، فإن اتجاه الصحافة إلى الإنترنت ليس هو الحل.

الفصل الثاني

«أهو طائر؟ أهي طائرة؟ كلا، إنه الإعلام الخارق!»

الصحافة الشبكية

كي توفي الصحافة الإلكترونية نفقاتها يتعيَّن عليها أن تلبِّي معايير عالية المستوى على كلٍّ من الجانبين النظري والعملي؛ إذ لا بد أن يكون الوسيط الإعلامي ثوريًّا والصحافة فعَّالة. إن جودة الصحافة الإلكترونية حتمية التحسن بمرور الوقت، ولا سيما إذا انتقل المزيد من مزايا الصحافة التقليدية إلى الإنترنت. غير أنه على الرغم من تمتُّع هذا الوسيط الإعلامي بقدرات كبيرة، منها على الأخص طريقته في فتح الحوار وبسط نطاقه وتسريع وتيرته، فإنه ليس شديد الاختلاف عن الوسائط السابقة له كما يدعي مناصروه.

(نيكولاس ليمان، ٢٠٠٧)[1]

أُخبرُ تلاميذي بأنه لم يكن هناك قطُّ وقت أفضل من الآن لأن تصير صاحب عمل صحفي؛ أن تبتكر العمل الخاص بك، وتصبح جزءًا من الجيل الذي يكتشف كيف ينتج، وبالطبع كيف يبيع، الصحافة التي نحتاجها بشدة كمجتمع ومواطنين يعيشون على كوكب متقلص. إن الصحفيين الشبان الذين

يبدءون بمفردهم اليوم، والذين يجربون تقنيات ونماذج أعمال، سيخترعون ما هو آتٍ.

(دان جيلمور، ٢٠٠٧)[2]

(١) مقدِّمة

يتراءى لي أن كلًّا من الشخص شديد الشك في الإنترنت والمروِّج له يمكن أن يكون على حق. في الواقع لا بد أن يكون كلٌّ من نيكولاس ليمان ودان جيلمور على حق؛ فلو كان مُقدَّرًا للصحافة التمتع بأي قيمة، فلا بد أن تُبقي على أخلاقياتها الأساسية ومهاراتها الجوهرية. لكن لو كان مقدرًا لها البقاء فلا بد من أن تتكيف، ولا بد أن تكون أكثر كفاءة وأن تقدم المزيد. شرحت بإيضاح في الفصل السابق المشكلات الهيكلية التي تواجه الصحافة الآن وفي المستقبل، وأشرتُ إلى أنه ببساطة ليس أمامها خيار سوى تبنِّي أنماط عمل جديدة إن كانت ترنو إلى النجاح في خلال الفترة القادمة. لن يختلف الكثير من الإعلاميين بقوة مع هذا. غير أنني أوضحت أيضًا أن الطريقة التي تعمل بها الصحافة لا بد أن تتغير تغيرًا جذريًّا. وفي هذا الفصل سوف أقدِّم منظور غرفة الأخبار حول تلك التغيرات، وسوف أُعيد الصحافة إلى مكانها في قلب هذا النقاش، كما سأستطلع بعض التحديات العملية والأخلاقية والسياسية التي تطرحها.

أريد استخدام فكرة الصحافة الشبكية لوصف الطريقة التي يمكن أن تتغير بها الصحافة لتلبية تحديات العصر الرقمي، وفي فصول لاحقة سنتناول كيف تتعامل الصحافة الشبكية مع القضايا الأساسية مثل السياسة والإرهاب والتنمية. بعد ذلك سوف نلقي نظرة على قدرة الصحافة الشبكية على تقديم فرص إبداعية لوسائل الإعلام الإخبارية، وسنتناول فكرة التنوع الصحفي، وأخيرًا أهمية محو الأمية الإعلامية على نحو أوسع؛ بهدف دعم الصحافة الشبكية.

لكن دعوني أولًا أوضح ما أقصده في السياق الأوسع لوضع إطار مفاهيمي للصحافة. لن أقدِّم ها هنا تناولًا لتاريخ الصحافة أو عرضًا للأدب النظري أو المتعلق بعلم الاجتماع الذي سعى إلى تعريف مصطلح «صحافة». لكن كي نعرف إلى أين نحن متجهون فمن الضروري أن نرجع إلى الماضي والحاضر والجدل الأيديولوجي حول طبيعة ما نواجهه.

بداية، نحتاج إلى أن ندرك أن الصحافة ليست حقيقة مسلَّمًا بها؛ فلطالما تغيرت بمرور الزمن لتتخذ أشكالًا مختلفة وتستخدم إجراءات متنوعة، فما لدينا في الوقت الحالي في الغرب — ولا يزال النموذج الغربي هو الغالب — هو شكل ثقافي واقتصادي حديث نسبيًّا من الصحافة، ففيما توجد جوانب ترجع أصولها إلى وسائل الاتصال الجماهيري في القرن التاسع عشر، فإن معظم المواثيق وهياكل العمل مستمدة من الفترة ما بين منتصف القرن العشرين وأواخره. تشبه الصحافةُ السياراتِ؛ فكلاهما تمتد جذوره إلى أواخر القرن التاسع عشر. أصبحت الصحافة مجالًا رائدًا في مطلع القرن العشرين، ووصلت إلى قمة ازدهارها في أواخره، غير أنها موضع جدلٍ الآن، وعلى غرار السيارات في عصر الاحترار العالمي فهي موضع جدل؛ ليس من أجل أدائها الفني وإنما ببساطة لأنها لا تلبي احتياجات العصر القادم وطموحاته.

بعد ذلك، سنلقي نظرة على طبيعة مهنة صحفي الإنترنت أو الصحفي الذي يتعيَّن عليه أن يتعامل مع الوقائع الجديدة للإعلام المتعدد المنصات. سوف نتناول بعض المشكلات الصحفية القديمة، ونرى كيف يمكن أن تتغير من خلال الصحافة الشبكية، وماذا سيكون تأثير الصحافة الشبكية على الآتي:

- الطبيعة المؤقتة للصحافة.
- علاقة الشد والجذب بين بُعد الخبر وطريقة تقديمه.
- اهتمام الصحفيين الشخصي بالخبر.
- دور الجمهور.
- الثقة والسلطة.

تكاد تبدو هذه المسائل فلسفية، إلا أنها آليات عمل الصحافة الأساسية. إذا لم تستطع فكرة الصحافة الشبكية التصدي للصعوبات اليومية الناتجة عن اجتياز هذه الاختبارات العملية فإنها لن تَمُتَّ إلى أرض الواقع بِصِلَةٍ.

لا أشير إلى أنه يتعيَّن على الصحافة كلها أن تكون شبكية؛ فسيظل الكثير من الإنتاج الإعلامي مألوفًا للغاية للصحفي التقليدي. البعض سوف يظل بمنأى عن الاتصال بشبكة الإنترنت دون تزحزح. وسوف يكون هناك اختلافات كبيرة في درجة اتصال صحفي معين أو مؤسسة إخبارية معينة بالشبكات؛ إذ تتوقف هذه الاختلافات على الخبر الفعلي والسوق والظروف القومية أو المحلية والموارد المتاحة. غير أن تعريفي يسعى إلى المضيِّ

إلى ما هو أبعد من التعريف الضيق لِلَفْظَةِ «شبكي» التي تشير إلى شخص يستخدم شبكة معينة من أجل حدث صحفي محدد؛ فثمة غرض أكبر من فكرة الصحافة الشبكية. يمكن أن تكون الصحافة الشبكية وصفًا لما سيحدث، ويمكن أن تكون مجرد نهج جديد للصحافة؛ على أنني آمل أن تكون أكثر من ذلك كثيرًا. وفي نهاية المطاف آمل أن تقدِّم مساهمة في إصلاح المجال العام العالمي. إن الصحافة الشبكية هي عودة إلى بعض من أقدم مزايا الصحافة: الاتصال بالعالم وراء غرفة الأخبار، والاستماع إلى الناس، ومنح الأفراد صوتًا في الإعلام، والاستجابة لما تخبرك به الجماهير في حوار، ولكنها من الممكن أن تكون أكثر نجاحًا من ذلك عبر تحويل علاقة توزان القوة بين الإعلام والجماهير وإعادة صياغة سبل الإنتاج الصحفي.

(٢) منشأ الصحافة الشبكية وتاريخها

في الماضي، كانت الصحافة عبارة عن: طائفة، واتحاد، ورابطة. وقد طوَّر أعضاؤها طقوسهم واتخذوا لهم لغة وعادات تعرف مهنتهم وتميِّز مجال تخصصهم. تسود أدب الصحافة ثقافة غرفة الأخبار الخانقة، بدءًا من السلوك القبلي للمراسلين متوسطي الكفاءة في رواية «سبق صحفي» للكاتب إيفلين ووه بينما يتتبعون الأدلة الزائفة في أنحاء أفريقيا،[3] ووصولًا إلى رواية الدراما الاجتماعية الهزلية «بالقرب من نهاية الصباح» للكاتب مايكل فراين.[4] ويُقدَّم الإعلام البريطاني بشكل صحيح على أنه مزيج بين مدرسة حكومية وحانة عامَّة، أما في الولايات المتحدة، فقد استطاعت هوليوود بإدراكها السديد للواقع والخيال التقاط الدراما المثيرة والجادة للصحافة الأمريكية، وتمكنت عبر أفلام مثل «المواطن كين» (سيتزن كين)، و«فتاته المخلصة» (هز جيرل فرايداي)،[5] و«كل رجال الرئيس»[6] (أول ذا برزدينت مِن)،[7] و«نشرة الأخبار» (برودكاست نيوز)، من ترسيخ عرض أخلاقيٍّ مبهر وخالد للعمل الإعلامي.[8] تلك هي الأساطير التي يتشبث بها العاملون في الصحافة عند الغرق في بحار المساومات اليومية. يروق للصحافة أن تتخيَّل أنها سوبرمان، بينما هي في الحقيقة كلارك كينت. يروق لمُلَّاك المؤسسات الصحفية ورؤساء التحرير مخالطة الأشخاص المهمين، غير أن الصحافة كمهنة لن تشعر بالارتياح في مقعد دائم حول مائدة كبار الشخصيات، ومع ذلك، أتاحت حقيقة أن الصحافة ليست قوية من الناحية المؤسسية كما تظن، مكانةً فريدة في السياسة لوسائل الإعلام الإخبارية؛ فقد منحها هذا الاستقلال النسبي دورًا ومساحة في المجتمع، بعيدين إلى حدٍّ ما عن كلٍّ

من الأفراد والمؤسسات الأخرى؛ فواحدة من الخصائص المميزة للصحافة هي علاقتها المتقلِّبة بالسلطة. وأؤيد في هذا المعلق البريطاني سايمون جينكنز:

> لا تَأْبَهُ وسائل الإعلام البريطانية للمسئولية وإنما كل ما يعنيها هو الأخبار، والأخبار تكون أفضل عندما تدور حول أفراد وليس جماعات. لا تبالي وسائل الإعلام بما يجده أشخاص مثلي ملائمًا أو مهمًّا؛ فهي تقتحم الأبواب وتفضح الأركان الخفية للوضع البشري. هي تحارب المنافسة، وتسلك طرقًا غير نزيهة وتخالف القواعد، ولا تتورع أعينها الثاقبة الفضولية عن كشف الأشياء مهما كانت درجة قبحها أو بذائتها. لا تعمل الصحافة بأي حس من الاتساق أو التقدير أو ضبط النفس؛ لأنها تبيع أخبارًا وليست معنية بإدارة البلد. أحيانًا ما تسيء الصحافةُ المتروكُ لها الحبل على الغارب وغير المسئولة، فَهْمَ الأمور. على أنني لا زلتُ أُوثرها بكل ما فيها من عيوب على الصحافة المقيدة والمسئولة. (سايمون جينكنز، صحفي)[9]

تلك الممارسة الثقافية التي تتمتع بمنطق داخلي منفصل عن المجتمع هي شرط رئيسي لفهم ما نعنيه بكلمة صحافة، وكيف يمكن أن تتغير مع تحوُّلها إلى صحافة شبكية.

أرى أن الأنشطة الأساسية للصحافة هي المراسلة والتحليل والتعليق على العالم، وهي أنشطة موجهة من فرد إلى جمهور، ويعرِّف كلٌّ من المُنتِج والمستهلك هذا النشاط وطبيعته بأنه صحافة. إن «بيع الأخبار» — كما جاء في عبارة جينكنز — مستمر منذ وقت طويل، ولا يزال هناك الكثير من الأمور المشتركة بين البدائل الصحفية القديمة وبين الأشكال الأحدث والأكثر تطورًا التي يقدِّمها ممارسو الصحافة اليوم.

من الممكن القول إن كتَّاب النشرات في إنجلترا في القرن السابع عشر كانوا شكلًا أوليًّا من أشكال المدوِّنين.[10] كان هناك تطور سريع في إنتاج المطبوعات ذات الطبيعة المحلية والسياسية إبَّان الحرب الأهلية الإنجليزية وفترة خلوِّ العرش؛ فقد استخدمتها الجماهير والصفوة السياسية سلاحًا في حربهم الأيديولوجية. كانت هذه النشرات عبارة عن خليط من الدعاية والتغطية الصحفية، وكان لها جمهور شديد الوعي بالرموز واللغة المستخدمتين بها لتحقيق أهداف خاصة وعامة، وكانت كلها تشبه كثيرًا نسخة مطبوعة من المدوَّنات السياسية اليوم.

يمكن أيضًا اعتبار الكتاب المعاصرين للروائي جوناثان سويفت الجالسين في مقاهي لندن في القرن الثامن عشر، والذين يحبهم هابرماس بشدة، مشابهين لصحفيِّي الإعلام الجديد اليوم. لقد عملوا ضمن حدود جغرافيَّة وثقافية ضيقة؛ لدرجة أن علاقتهم بجمهورهم تغلغلت في كل لحظة من عملهم، بدءًا من إسناد المهام لهم ووصولًا إلى النشر.[11] لا أزعم أن هذه الفترة من الصحافة كانت نعيمًا بدائيًّا، بالرغم من وجود أوجه تشابه حسنة بينها وبين فكرة الصحافة الشبكية. ما أسعى إلى توضيحه هو أنه من الناحية التاريخية فإن ما جرى تقديمه كان صحافةً باعتراف الجميع، إلا أنه كان أيضًا مختلفًا اختلافًا جذريًّا عما أتى بعده. الصحافة تتغير، وهذا عين ما نعيشه الآن. لقد نَعِمَ كُتَّاب القرن الثامن عشر المحليون باتصال مشابه مع قرَّائهم لذلك الذي يوجد بين المدوِّن وقرَّائه، وإن كان هذا في محيط مدينة لندن إبَّان العصر الجورجي وليس في الفضاء الإلكتروني، حيث تتحدث لوحة المفاتيح مباشرة إلى شاشة أخرى. وكان لديهم نفس العلاقة المفككة مع الحيادية الكلاسيكية التي يُظهرها المدوِّنون، الذين ينتقلون ذهابًا وإيابًا بسلاسة من التغطية الصحفية إلى الدعاية. لكنهم كانوا كذلك رواد نقل الحقائق المهمة مثل تقارير البورصة، وساعدوا في تطوير الجدل السياسي من خلال وسائل الإعلام على نحو يحمل دون شك أوجه شبه مع الصحافة الإلكترونية المعاصرة.

غيَّر تحويل الصحافة إلى صناعة منذ عصر ديكنز[12] فصاعدًا تلك العلاقة إلى الهيكل السِّلَعِي الذي يرتكز عليه الإعلام التقليدي اليوم، وصار الصحفيون «مهنيين» من خلال التدريب والنقابات المهنية والتخصص. جعلت التكنولوجيا الحديثة مثل التلغراف والقطارات والطباعة الآلية وسائل الإعلام الجماهيرية ممكنة، وأدت الزيادة الهائلة في ثراء الفرد وتعليمه ووقت فراغه إلى وجود سوق جماهيري للصحافة، وبفضل العباقرة من الرواد أمثال اللورد ألفريد هارمسورث[13] في بريطانيا وجوزيف بوليتزر[14] أو ويليام راندولف هيرست[15] في الولايات المتحدة جرى «إضفاء الطابع الديمقراطي» على الصحافة لتصير جانبًا من جوانب ثقافة الاتصال الجماهيري. إن طريقة إنتاج وتوزيع الصحف تغيرت كثيرًا لدرجة أنها لا تتشارك مع أسلافها من القرن الثامن عشر إلا في القليل من الصفات بالرغم من أنها لا تزال صفحات تعرض أخبارًا.

وبينما كان الإعلام في السابق عبارة عن زمرة من الأفراد يتسامرون فيما بينهم، يمكن أن يَزعم الإعلام الآن، زعمًا منطقيًّا إلى حد ما، أنه يجسِّد حوارًا قوميًّا شعبيًّا. وبالفعل، كثيرًا ما ادعت صحف كبيرة مثل صحيفة الديلي ميل التي أنشأها ألفريد

هارمسورث، أو نيويورك ورلد التي أنشأها بوليتزر، أنها تتحدث بلسان الناس، وقطعًا استهوت الصحيفتانِ الناسَ الذين اشتروا ملايين الأعداد منهما. بدت هاتان الصحيفتان، وهما طرفان في عملية الإنتاج الإعلامي الجماهيري، تمثلان توجهات وطموحات عامَّة، وفي نهاية المطاف كان يملكهما أفراد أو مجالس إدارة، وكان ينتجهما موظفون بالشركة. لم تبذل الصحافة على الراديو أو التليفزيون الكثير من الجهد لتغيير هذا الهيكل الهرمي الذي يتبع مبدأ فورد للعمل وتنظيم الإنتاج.

بلغ هذا النوع من الصحافة أوجَهُ في الفترة بين عامي ١٩٥٠ و١٩٩٠، وقد أسفر عن تشكيلة رائعة من الصيغ والبرامج الصحفية، كما منح الصحافة نطاقًا عالميًّا حتى في أنحاء المجتمعات الخاضعة للقيود أو المتأخرة، وقد ساعدت الصحافة الجماهيرية «التي حُولت إلى صناعة» في نقل التاريخ والتأثير فيه بدءًا من الصحيفة النازية دير شتورمر[16] وما مثلته من وحشية مروعة، إلى صحيفة ديلي ميرور[17] المتحمسة لإدارة الحملات، والتي كان يعمل بها الصحفي هيو كودليب، ووصولًا إلى برنامج سي بي إس «أخبار المساء» (إيفنينج نيوز).[18] الذي كان يقدِّمه المذيع الصحفي والتر كرونكايت. أصبحت الصحافة صناعة عالمية رئيسية ومؤسسة ثقافية قائمة بذاتها، وصارت بما تقدِّمه لنا من تقارير عن الواقع جزءًا لا يتجزأ من أسلوب تعاملنا مع حياتنا واستعادة تاريخنا، ويعد النمو الهائل للعلاقات العامَّة في المنظمات السياسية والتجارية والمدنية هو في حد ذاته شهادة للطريقة التي تُرى بها الصحافة باعتبارها قوة يُعتد بها في العلاقات الاقتصادية والاجتماعية. ببساطة لم يكن هذا هو الحال فيما قبل عصر التصنيع، ولم يصل إلى هذا الحد من قريب أو بعيد حتى منتصف القرن العشرين.

ومع ذلك لم تكن الصحافة «شبكية» طوال ذلك الوقت، إلا أنه يمكننا أن تصبح شبكية الآن؛ فما تقدِّمه الثورة الرقمية هو تحوُّلٌ عميق آخر في طبيعة الصحافة، على الأقل له نفس الزخم الذي صاحَب الانتقال من المقاهي إلى غرفة الأخبار.

(٣) تعريف الصحافة الشبكية

لطالما ارتبطت الصحافة الجيدة بالعلاقات الشبكية. إن صورة المراسل الوحيد الذي يجمع الحقائق معًا من خلال الملاحظة البحتة، مثل شيرلوك هولمز، لكنه مطالب بحل اللغز قبل موعد نهائي، خرافة؛ فأفضل الصحفيين هم دومًا من ينصتون ويتحاورون ويبحثون، ولطالما كانوا يتابعون الأخبار ويفهمون تغطية حدث أو قضية ما من خلال

سياق أوسع، وهم الذين يعدلون تغطيتهم وفقًا للملاحظات التي يتلقَّونها من الزملاء والعملاء. على أن فكرة الصحافة الشبكية ترتقي بهذا إلى مستوًى ونموذج جديدين. إليكم تعريف المدوِّن جيف جارفيس للصحافة الشبكية:

> تضع «الصحافة الشبكية» في حسبانها الطبيعة التعاونية للصحافة الآن؛ إذ يعمل المهنيون والهواة معًا للوصول إلى الخبر الحقيقي، فيتواصلون متخطِّين العلامات التجارية والحواجز القديمة؛ بهدف مشاركة الحقائق والأسئلة والأجوبة والأفكار ووجهات النظر، وهي تقدِّر العلاقات المعقدة التي ستصنع الأخبار، وهي تصب تركيزها على العملية أكثر من المنتج ... أرى أنه كلما تصرف الصحفيون كمواطنين، انعكس ذلك على متانة صحافتهم. في الصحافة الشبكية يمكن للجماهير المشاركة في الخبر قبل تغطيته من خلال بسط الحقائق وطرح الأسئلة وتقديم الاقتراحات، ويمكن للصحفيين التعويل على الجماهير في المساعدة في تغطية الخبر؛ أثق في أننا سوف نرى المزيد والمزيد من هذا. يمكن للصحفيين — بل ويجدر بهم — إيجاد الصلة مع صور التحقيق الأخرى المتعلقة بنفس الخبر، ومع المصادر، بل وربما مع تدوينات من المصادر، وبعد نشر الخبر — سواء على الإنترنت أو في الصحف أو أينما كان — يمكن للجماهير مواصلة المساهمة في التصحيح وطرح الأسئلة وعرض الحقائق ووجهات النظر. (جيف جارفيس، معلق إعلامي)[19]

هذا تعريف عملي أقبله لكن مع الوضع في الحسبان أوجه قصوره، فكما يعترف جارفيس نفسه، فالمصطلح له جذور أعمق في نظرية وتحليل الاتصالات. أرى أنه كي تعني الصحافة الشبكية ما هو أكثر من مجرد التفاعلية، لا بد من وضعها في الحسبان في السياق الأوسع للتكنولوجيا والسلوك الاجتماعي المتغيرين. هكذا تصف مجموعة من باحثي الاتصالات التدفق الجديد للأفكار:

> مع ظهور الإنترنت متعدد الوسائط، يمكن للجماهير التعامل مع كلٍّ من الإعلام المهني والشخصي في أشكال جديدة من التواصل الموجَّه من مجموعة أفراد إلى مجموعة أخرى من الأفراد الذي كثيرًا ما يتحاشى الإعلام التجاري. تتعارض تكنولوجيات الإعلام والاتصالات الشخصية؛ مثل الاتصال الهاتفي والبريد الإلكتروني والمراسلة النصية والصور اليومية والعمل الصحفي، مع

> الإعلام التجاري والجماهيري؛ مثل التليفزيون والسينما والموسيقى التجارية.
> (مركز آنينبرج للاتصالات، جامعة جنوب كاليفورنيا)[20]

إذن أين المكان المناسب للصحافة وسط هذا الإعلام الجديد؟ مبدئيًّا أرى أنه من الصعب فصلها عن بقية الإعلام، وهذه ميزة مهمة للصحافة الشبكية؛ فهي إلى حدٍّ كبير جزء أصيل من جميع أشكال الاتصال الأخرى التي تحدث رقميًّا. إن الحرب بين الإعلام القديم والجديد إلى زوال، فالتمييز بين الجبهتين أصبح تمييزًا زائفًا. لكن دعونا نبدأ بمحاولة فحص بعضٍ من العوامل التي تغيرت أثناء التحول من الإعلام القديم إلى الجديد، بالنسبة للصحافة، قبل أن نتعمق أكثر في تناول الصحافة الشبكية.

إليكم قائمة من الاختلافات التي سأحاول تبسيطها في حينه. يمكننا أن نرى في كل حالة الكيفية التي تقدِّم بها تكنولوجيا الإعلام الجديد فرصًا للتعامل مع مشكلات أزعجت الصحفيين في ظل الإعلام القديم. يجلب الإعلام الجديد معه أيضًا مخاطره ومشكلاته، لكنني أريد أولًا استكشاف كيف يمكن أن تلبي هذه التغيرات احتياجات مستهلك الإعلام في القرن الحادي والعشرين:

مشكلات الإعلام القديم	حلول الإعلام الجديد
عوائق دخول المجال	قابل للنفاذ
غير تفاعلي	تفاعلي
تكنولوجيا بدائية	تكنولوجيا بلا حدود
باهظ التكلفة	رخيص
مواعيد تسليم نهائية	يعمل على مدار الساعة
منصة واحدة	متعدد المنصات الإعلامية
خطِّي	متعدد الأبعاد

(٣-١) من عوائق الدخول إلى قابلية النفاذ

في الماضي، كانت هناك عوائق كبيرة تَحُول دون الدخول إلى صناعة الصحافة، ولا أقصد بهذا عوائق على المستوى الفردي تحديدًا، فبوجه عامٍّ، فيما يتعلق بالتعيين لطالما كانت

الصحافة متاحة على نحو نزيه للمواهب كافةً (بل وفي بعض الأحيان لعديمي المواهب). يشير الصحفي السياسي المخضرم أندرو مار في كتابه الذي يدور حول تاريخ الصحافة البريطانية[21] إلى ظهور توجُّه في العصر الحديث نحو تعيين خريجي الجامعات فقط بمجال العمل؛ نتيجة لتوسع التعليم العالي، والدراسات الإعلامية، والتدريب المهني. لكن في الواقع يظل الحصول على شهادة عليا شرطًا غير إلزامي، أو ليس عائقًا إلى حدٍّ كبير في عصر يشهد اتساع نطاق التعليم العالي. على أن إنشاء مؤسسة صحفية، ولا سيما في مجال البث الإذاعي والتليفزيوني والإعلام الجماهيري، كان في غاية الصعوبة حتى عهد قريب؛ حيث كان يتطلَّب قدرًا هائلًا من الالتزامات القانونية والتشريعية، وحتى عهد قريب كان إنشاء المشروعات الإعلامية الإخبارية في معظم البلدان يخضع للرقابة؛ لأسباب سياسية في المقام الأول. كان البث الإذاعي والتليفزيوني يخضع للرقابة، وبالأخص كطريقة لترشيد استخدام نطاق الطيف الترددي المحدود. وفي عصر رقمي، يبدو من السخافة أن تنفق حكومةٌ وقتَها وأموالَ الضرائب التي تَجْبِيها من الأفراد، في محاولة لغلق محطات الراديو «غير القانونية». لكن كان هذا هو الحال في الجزء الأكبر من تاريخ البث في الكثير من البلدان. وبالرغم من تأكيد معظم المجتمعات على دعم حرية التعبير، فإن هذه المجتمعات صعَّبت إنشاء مشروعات صحفية؛ إذ كانت تكاليف الاستثمار مرتفعة نسبيًّا، وبخلاف تكاليف التوظيف والمعدات، هناك تكاليف أنظمة التسويق والتوزيع الإضافية. وبالطبع الأمر كله نسبي؛ فذات مرة سألتْ محطةُ راديو ريفيةً أوغنديةً عن أي استثمار كانوا في حاجة إليه لتغير إنتاجهم النشط لكن البدائي، فأجابوا: «ميكروفون آخر؛ حتى نتمكن من إجراء مقابلات ومناقشات على الهواء». الآن بإمكانك إنشاء موقع إلكتروني جديد ببضع نقرات على الفأرة. قد لا يكون هذا كافيًا للتنافس في الحال مع مؤسسة إعلامية كبيرة. لكن إذا كانت لديك فكرة وقاعدة عملاء، فإن رأس المال المخاطر أو التعاوني سوف يأتي تباعًا. لقد انخفضت عوائق دخول المجال والنمو فيه كثيرًا الآن.

(٣-٢) من إعلام غير تفاعلي إلى إعلام تفاعلي

فيما مضى كان الإعلام القديم تفاعليًّا فقط فيما يتعلق بالمبيعات وعرض الأرقام والدعاية. وبعبارة أخرى، كان معنيًّا فقط بالأولويات التجارية، وكان الاتصال الفرعي (غير المباشر) بالجمهور محدودًا للغاية. وبخلاف تبادل السعر النقدي، فإن الاتصال المباشر مع العميل

كان عادة ما يتم عن طريق مسابقات الكلمات المتقاطعة وصفحات بريد القرَّاء، والآن فإن لكل منفذ إعلام تقليدي عنوانَ بريدٍ إلكتروني على الأقل، ومعظمها له منتديات حيث يمكن للعميل التعليق، وكثير منها يشجع المحتوى الذي يعدُّه المستخدم، وفيما كانت وسائل الإعلام الإخبارية من قبل تُنتج محتواها في عزلة تامة، فإنه يمكن الآن للعميل أن يقدِّم معلومات وآراء تسهم في صنع شبكة من الإنتاج التحريري. لدى البي بي سي مركز إعلامي للمحتوى الذي ينتجه المستخدمون، فيما تملك صحف مثل «ذا ديلي تلغراف» و«هيوستن كرونيكل» مساحة إلكترونية خاصة بها لاستضافة مدوَّنات القرَّاء (انظر شكل ٢-١).[22]



شكل ٢-١: غرفة الأخبار الجديدة بصحيفة ديلي تلغراف التي يعكس تصميمها الإشعاعي المشابه لإطار العجلة الواقع الجديد للإنتاج متعدد المنصات (تصوير مات براون/شبكة نيتشر، لندن).

ساعد هذا في تحويل ميزان القوة بين الإعلام والعميل، ففيما كان الصحفيون أو رؤساء التحرير مِنْ قَبْلُ يُقَرِّرون، وما كان على العميل سوى الإنصات، أصبح العميل الآن جزءًا ضروريًّا من العملية. وعندما يحدث هذا بطريقة إيجابية، إذن تكون الصحافة

الشبكية فعالة. ويرجع هذا جزئيًّا إلى دافع تِجاري أكبر؛ فمع تضاؤل جمهور الإعلام القديم، يتعيَّن على المؤسسات الإخبارية أن تتطور في قياس ما يريده المستهلكون، ثم تقدمه لهم. وإذا تم هذا بطريقة غير متقنة، فإنه يتخذ ببساطة شكل توزيع أقراص دي في دي مجانية مع الصحف أو تقديم برامج تليفزيون الواقع بدلًا من نشرات الأخبار، وإذا تم بطريقة أكثر تطورًا، فإنه يتخذ شكل تطوير منتج مصمم خصوصًا وفقًا لاحتياجات المستهلك ومجموعة كبيرة من مختلف الوسائل للبقاء على اتصال بالعميل. تتيح التكنولوجيا الآن للعملاء اختيار ملقم الأخبار آر إس إس الخاص بهم، أو التنقل بين القنوات، أو تسجيل عدد غير نهائي تقريبًا من الإصدارات الرقمية. لا بد من أن تسعى مؤسسات الإعلام الإخباري والصحفيون وراء العميل. يتعيَّن على مؤسسات الإعلام الإخباري الآن إدراك الموارد التي تقدِّمها الجماهير. والآن، ففي كل مرة تقع حادثة خطيرة، تناشد الوكالاتُ الإعلاميةُ المشاهدين إرسالَ الصور ومقاطع الفيديو المُلتقَطة بالهواتف المحمولة. هذه هي بداية الصحافة الشبكية.

(٣-٣) من تكنولوجيا بدائية إلى تكنولوجيا بلا حدود

تبدو سبل الاتصال التي تستخدمها وسائل الإعلام القديم بدائية للغاية الآن. تخيَّل مراسلًا صحفيًّا في مهمة قبل ظهور الهواتف المحمولة، أتذكَّر حينها أننا كنا نفتِّش باستمرار عن أكشاك التليفون لإرسال نسخة من الخبر، ويتذكر زملائي انتظار تحميض الفيلم. وفي الولايات المتحدة تشير عبارة «الفيلم سيُذاع الساعة الحادية عشرة» في التليفزيون إلى هذه الظاهرة؛ إذ كانت تُضْطَرُّ المحطات الإخبارية إلى تحميض الفيلم من أجل بثِّه، ولم يكن بمقدورهم إتمام هذه العملية قبل موعد نشرة السادسة مساءً؛ ومن ثم كان مذيعو نشرة السادسة يَعدون المشاهدين بإذاعة الفيلم في وقت لاحق بقولهم: «الفيلم سيُذاع في الساعة الحادية عشرة.» كانت التكنولوجيا المتاحة والمسافة والوقت، تعيق الصحافة بشكل مادي. كانت هناك عوائق مادية صارمة تعيق قدرة الصحفيين على نقل المعلومات أو تقديمها. كان الصحفيون يكتبون على الآلة الكاتبة بكل ما أوتوا من قوة لنسخ المقالات التي كانت تُسلَّم إلى مساعدي رؤساء التحرير، الذين كانوا يُسلمون النسخة إلى عمال الطباعة، الذين كانوا يرصُّون حروفًا معدِنية كي تطبعَها الماكينات الثقيلة على الورق. كانت العملية بِرُمَّتها شاقةً وطويلة، والآن، فبفضل تطور وسائل النقل وظهور الهواتف المحمولة والأقمار الصناعية والكاميرات الرقمية والمونتاج الرقمي والزيادة السريعة في

سعة الخوادم وسرعات النطاق العريض، صارت الاتصالات الجديدة سريعة وكبيرة في السعة بما يفوق قدرة الصحفي على استغلال جميع إمكانياتها. تتيح التفاعلات بين الأقران للمؤسسات الإعلامية الاستفادة من قدرات الخوادم الخاصة بجميع عملائها. بلا شك هناك قيود إنتاجية، لكن مقارنة بعَقْدٍ مضى فهي أقل تقييدًا بمراحل من قيود المواعيد النهائية أو الميزانيات المفروضة ذاتيًّا.

(٣-٤) من إعلام باهظ التكلفة إلى إعلام رخيص

كانت كل تلك الوسائل التكنولوجية القديمة باهظة التكلفة إلى أبعد حد، فإرسال مراسل بالطائرة لتغطية خبر صحفي برفقة طاقم، يتطلب قدرًا كبيرًا جدًّا من الموارد يفوق ما يكلِّفه إرسالُ صحفي متعدد المهارات. لقد انخفضت تكلفة نقل الخبر بفضل ظهور الألياف البصرية وشرائح السيليكون، وفي نهاية المطاف، ليس هناك ما هو أرخص من موقع على شبكة الإنترنت. يشير انخفاض تكلفة الإنتاج والبث إلى أن نشر المنتج عبر مختلف المنصات الإعلامية صار أسهل من أي وقت مضى. يمكن بسهولة نسخ المواد الرقمية وإعادة تشغيلها وإعادة توزيعها على التليفزيون المحمول والنشرات الصوتية ومقاطع الفيديو على الإنترنت، وهذا معناه أن تكلفة الأخبار آخذة في الانخفاض والتراجع.

(٣-٥) الانتقال من العمل بموجب مواعيد نهائية إلى البث المستمر للأخبار

يشير كل ما ذكرناه أعلاه إلى أنه لم يَعُدْ لدى الصحفيين موعد نهائي محدد يعملون من أجله. ليست القنوات الإخبارية التي تعمل على مدار أربع وعشرين ساعة هي وحدها التي تعمل على مدار الساعة؛ فقد قررت مؤخرًا العديد من الصحف المحلية التي تصدر يوميًّا أن تبدأ في نشر الأخبار على مواقعها حال حدوثها، فمن الواضح أن الصحف ترغب في الاحتفاظ بقيمة الكتابة الصحفية المحترفة لنُسَخِها المطبوعة. لكن في عالم الأخبار الإلكترونية والقنوات الإخبارية التي تعمل على مدار ٢٤ ساعة هناك دائمًا خطر أن يبادر المنافس بنشر سبق صحفي على نحو حصري، بل وحتى الصحفي الذي يعمل في الأساس لدى منفذ إعلامي واحد وليس لديه سوى موعد نهائي واحد يتعَيَّن عليه أن يضع في حسبانه المساهمة في مدوَّنة خاصة بالعمل، أو تسجيل نشرة صوتية، أو الاتصال بالإنترنت للرد على أسئلة الجمهور. إن النشرات الإخبارية «التي يخصص المرء

وقتًا لمشاهدتها» والصحف التي تبتاعها في وقت محدد من النهار لن تختفي، لكنها يستحيل أن تصمد بمفردها.

(٣-٦) من صحافة ذات منصة واحدة إلى صحافة متعددة المنصات

يتعيَّن على الصحفي الذي يعمل ٢٤ ساعة على مدار الأسبوع أن يمارس عمله الآن على نطاق مجموعة متنوعة من المنصات الإعلامية. يُعدُّ هذا جزئيًّا إحدى نتائج التحول من الإعلام القديم إلى الإعلام الجديد؛ إذ تداوم الصحف في المعتاد على طباعة الصحف ولكن تُنشئ لها موقعًا على الإنترنت أيضًا، ويعد هذا جزئيًّا أيضًا نتيجة لتفتت الجماهير، ففيما نتمكن من استخدام مجموعة متنوعة أكبر من أجهزة الاتصال، يتعيَّن على مقدِّم الخدمات وضع محتواه على تلك المنصات الإعلامية. وتشير الأدلة إلى أن المسألة لا تقتصر على «قص الخبر ونسخه». على سبيل المثال، أظهر أحد استطلاعات الرأي حول كيفية استهلاك الأفراد للأخبار على هواتفهم المحمولة[23] أن المحتوى لا بد أن يكون مختلفًا اختلافًا كاملًا، فمجموعات الفيديو التي كانت تعمل على الإنترنت أو على التليفزيون كانت مشاهدتها مملة أو غير مشجعة على التليفزيون المحمول. في الوقت نفسه ثمة هدف منشود يتمثل في اندماج التكنولوجيات المختلفة، وهو هدف مبالغ فيه. قطعًا يبدو معقولًا أن يفعل الكمبيوتر والتليفزيون المهام نفسها، لكني لا أتوقع أن أرى في القريب العاجل عالمًا يؤدي فيه جهاز واحد جميع المهام. يستمتع الأفراد بشكل متزايد بالتنوع الذي تقدِّمه المنصات الإعلامية المنفصلة، وعلى الصحافة أن تبدع في التغلب على العوائق التكنولوجية بطريقة تستهدف إمتاع العميل وتمكينه من توظيف الإمكانيات التكنولوجية المختلفة. الصحافة الشبكية هي طريقة لاستغلال إمكانيات الاتصال المتزايدة.

(٣-٧) من النظام الخطِّي إلى النظام متعدد الأبعاد

تحمل لفظة «خطِّي» معاني[24] متنوعة بلغة الإعلام الإخباري؛ فهي تعني في سياق الإنتاج تناول المؤسسة الإعلامية فكرة الخبر ثم خوض عملية خطِّية تتضمن تجميع الأبحاث والمواد وطريقة التقديم معًا لتصنيع منتج إخباري، وتعني بلغة الاستهلاك الفكرة التي سوف يلتقطها المشاهد أو القارئ في بداية المنتج ويستمر معها حتى النهاية. يعني الإعلام الجديد أنه بينما كانت الأخبار راكدة من قبل، فهي متعددة الأبعاد الآن. هي الآن

عملية أكثر من كونها منتجًا، وتتمتع بخصائص مختلفة على حسب المنصة الإعلامية المُقدَّمة فيها، ومع ذلك ربما كان من أعدها في أشكالها كافة هو شخص واحد، وفيما كانت الجماهير من قبل متلقية سلبية للأخبار، فإنه بمقدورها الآن التدخل في أي مرحلة من مراحل العملية. سوف تتصل الصحافة الشبكية متعددة الأبعاد عمدًا بالجماهير في المراحل كافة؛ إذ ستدعو إلى الاشتراك في عملية انتقاء الموضوعات وتغطية الأخبار وإعادة تشغيل المنتج على حسب استجابات الجمهور. سوف يساعد الجمهور في الاختيار والبحث والإنتاج ونشر الصحافة.

(٤) شكل الصحافة الشبكية

هكذا إذًا تختلف صحافة الإعلام الجديد عن الماضي، وتستغل الصحافة الشبكية تلك الظروف الجديدة؛ حيث تتمحور حول العمل مع اتجاه الإعلام الجديد، لكنها تنطوي على ما هو أكثر من ذلك؛ ففيها يصبح الصحفيُّ مُيَسِّرًا أكثر من كونه المتحكم في العملية الصحفية. لكن هذا إذا نظرنا إلى الصحافة من منظور الإعلام الإخباري فحسب واعتبرناها مجرد عملية إنتاجية. وفي عالم الإعلام الجديد يتعيَّن علينا باطِّراد أن نفهم أن الجماهير تستخدم هذه المعلومات وترتبط بها بطرقٍ، نحن في مستهل تصورها فحسب، فما بالك بفهمها أو باستكشافها. في هذه المرحلة نحن نطأ أرض «المبدعين»[25] وهم الأشخاص الذين يحاولون فهم الكيفية التي سوف يغير بها استخدامنا للتكنولوجيا الجديدة طريقة تواصلنا. هذا ليس خيالًا علميًّا لأنه في الغالب ما يستخلص المعلومات من النماذج الموجودة. كما يوضح شين ريتشموند المدوِّن المتخصص في مجال التكنولوجيا بصحيفة ديلي تلغراف:

> بالإضافة إلى كون التواصل الاجتماعي عبر الشبكات ممتعًا ومسلِّيًا لدرجة الإدمان وملهيًا وما إلى ذلك، فإنه يلبي احتياجًا إنسانيًّا أساسيًّا؛ إذ يتيح لنا الشعور بأننا ننتمي إلى شيء ما. التحدي الحالي هو ضمان بقاء الأفراد على منصتك الإعلامية بدلًا من تركها مع ظهور البدعة التالية، وهذا ليس تحديًا يمكن لمنتجي الأخبار تجنُّبه أيضًا؛ فالشباب يطَّلعون على الأخبار باطراد من الشبكات الاجتماعية على الإنترنت. (وهم دائمًا ما كانوا يفعلون هذا، كل ما هنالك أننا لم نكن نصنف الشبكات الاجتماعية غير المتصلة بالإنترنت.) في

الماضي، وصل هؤلاء الأشخاص في النهاية إلى الصحف والإعلام المطبوع. لكن ماذا عن المستقبل؟ (شين ريتشموند، صحيفة ديلي تلغراف)[26]

لا بد أن يقبل الصحفي الشبكي فكرة هذا التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت؛ فالطريقة التي يكوِّن بها الأفراد مجتمعات صغيرة على الإنترنت، وفي الوقت نفسه يتمتعون بإمكانية الوصول إلى مجموعة أكبر، تعكس إلى حدٍّ كبير الطريقة التي بها اعتاد الأشخاص التواصل مع الإعلام القديم؛ ففي الماضي كنا نتشارك تجربتنا مع الأخبار عن طريق التحدث عما قرأناه في الصحف أو شاهدناه في التليفزيون. والآن سوف يفعل الأشخاص نفس الشيء بشكل متزايد على الإنترنت، فلا بد أن يصبح أفضل منتجي الأخبار جذابين للأفراد الذين يتواصلون اجتماعيًّا عبر شبكات الإنترنت، ولا بد أن يصبحوا هم أنفسهم أيضًا أشخاصًا يتواصلون اجتماعيًّا عبر شبكة الإنترنت. يعني ذلك أن نفعل مثلما فعلت صحيفة ديلي تلغراف عندما أطلقت منصة «ماي تلغراف»[27] حيث تقدِّم خدمة استضافة مدوَّنات إلكترونية سهلة وجذابة للغاية، وتضم مجتمعًا مكوَّنًا بالفعل من المدوِّنين وقرَّاء المدوَّنات الذين تجذبهم علامة «تلغراف» التجارية ومواردها التحريرية الواسعة. وأصبحت صحيفة التلغراف نفسها واحدة من المدوِّنين بما تعرضه من تعقيب وتغطية إخبارية على مدوَّنة غرفة الأخبار التابعة لها. غير أنه بخلاف التدوين يتعيَّن على الصحفي الشبكي العثورُ على طرق جديدة للانخراط في مدًى أوسع من شبكات التواصل الاجتماعي، أو إنشاؤها.

تتمتع التعليقات البسيطة التي تُكتب على صفحة شخصية على فيسبوك بقوة كتلك التي تتمتع بها آلية تعهيد الجماهير. ألقِ نظرة على المواقع التي يُنشئها المرشَّحون الرئاسيون بالولايات المتحدة ولربما ترى فيضًا من التعليقات الشيقة (والسخيفة أيضًا) التي يكتبها الشباب، وهي فئة من المعروف أنه يصعب على الإعلام التقليدي الوصول إليها. لا بد أن يكون الصحفيون الشبكيون على دراية بالموارد الكامنة التي يقدِّمها هذا النوع من المنصات الإعلامية، فيما يتعلق بكلٍّ من جمع المعلومات وأيضًا بناء مجتمع عملاء.

ستتمثل مهمة الصحفي في ضمان اغتنام كل فرصة لإتاحة مساهمة «الهواة» في كل مرحلة من مراحل العملية، فما من سبب يبرر عدم مساهمة الجماهير، فهم يساهمون بالفعل. على سبيل المثال، يتيح ملقم الأخبار آر إس إس لنا جميعًا اختيار البيانات التي نود استقبالها مباشرة، وتتيح الروابط والبريد الإلكتروني للجماهير «تعديل» المعلومات

من خلال اختيار بعض المعلومات والإشارة إليها، وكما يظهر بوضوح في موقع يوتيوب وأي من مواقع بثِّ مقاطع الفيديو على الإنترنت، يستطيع الجماهير ببراعة استخدام معدات وبرامج تسجيل رخيصة وسهلة لتقديم وبث المعلومات التي لديهم. بالطبع قد نطبق قاعدة الواحد في المائة التي يستخدمها الأستاذ جاي روزِن بجامعة نيويورك مع صحافة المواطن؛ حيث يكون ١ بالمائة فقط من المحتوى عالي الجودة، و١٠ بالمائة مقبول الجودة والباقي رديء الجودة أو تافهًا. على أن جميعها يمكن أن تسهم في الصحافة الشبكية.

يحدث هذا بالفعل؛ انظر كيف استخدم الجماهير الهواتف المحمولة لالتقاط صور المظاهرات في بورما في أواخر عام ٢٠٠٧. بعض من هذه الصور نُشر على مدوَّنات شخصية، لكن عددًا أكبر بكثير أُرسل إلى وكالات إخبارية لم تستطع إرسال مراسليها إلى مواقع التظاهر. لم تكن التغطية مثل تلك التي يمكن أن يقوم بها صحفي مهمته إرسال تقرير؛ ومن ثم كان يتعيَّن على الوكالة الإخبارية أن تكون واعية بمدى حيادية الأشخاص الذين يرسلون المواد وصعوبات إثبات صحتها. كان الكثير من الصور ضبابيًّا أو غير واضح. لكن هل يشكك أحد للحظة واحدة في أن صحافة المواطن في بورما قد عززت فهمنا لما كان يحدث؟

قدمت صحيفة ذا فورت مايرز نيوز بريس، التي تصدر بولاية فلوريدا، مثالًا آخر على الاشتراك الفعال والإبداعي للجماهير، وهي مثال رائع لما يُطلق عليه «تعهيد الجماهير»؛ بمعنى الاستعانة بالجماهير كمصدر صحفي، فبعد إعصار كاترينا اتخذت الصحيفة إجراءً قانونيًّا ضد الوكالة الفيدرالية لإدارة الطوارئ بالولايات المتحدة للحصول على كافة البيانات المتعلقة بتعويضات الإغاثة للمواطنين المحليين. نتج عن هذا مجموعة بيانات هائلة وضعتها الصحيفة على الإنترنت، ثم طلبت من قرَّائها تنقيب المعلومات، وفي غضون ٢٤ ساعة جرت ٦٠ ألف عملية بحث. أسفر هذا عن مئات قصص الغش في تعويضات الإغاثة كي يتتبعها الصحفيون. لم يكن بمقدور الصحفيين ولا المواطنين تحقيق هذا المنتج الصحفي كلٌّ على حِدَةٍ. كان هذا مثالًا ضخمًا للصحافة الشبكية أثناء العمل، وهي كلها حالات فردية رائعة للاتصال الإبداعي. لكن في رأيي هي بمقدورها أن تضيف شيئًا من شأنه أن يقدِّم نفعًا أكبر للإعلام الإخباري.

(٤-١) غرفة الأخبار الشبكية

سوف أتناول في الفصل الخامس الطريقة التي ستغير بها الوسائل الشبكية كلًّا من الإنتاج والتدريب الصحفيَّين. لكن كجزء من تعريف هذه الصحافة الأكثر اتصالًا أو «انتشارًا»، أود تخيُّل نوع مختلف من «غرف الأخبار». بالطبع أصبحت فكرة غرفة الأخبار كمكان مادي فكرة مكررة كثيرًا، وفيما تتصل المنظمات الإخبارية بالإنترنت، فإنها تنقل مكاتبها لتعكس التغير في طرق الإنتاج، على أن التغيير من الإنتاج الخطي إلى الإنتاج متعدد الأبعاد يفوق هذا بكثير. أود تحاشيَ الوقوع في خطأ استبدال مجموعة نماذج بأخرى؛ وعليه قد يكون ما يأتي تخطيطيًّا ولكن ليس توجيهيًّا، وفيما يبدو ما سأقدمه معقدًا، لا بد أن نتذكر دائمًا أن الصحافة الإخبارية المحلية بصفة عامَّة والأخبار العاجلة بصفة خاصة يتطلبان بساطة وسرعة ومرونة تنفيذية. سيتعيَّن على الصحافة الشبكية في بعض الأحيان أن تدخل في صلب الموضوع مباشرة، وليست جميع العناصر التي سأصفها ستحدث طوال الوقت، وأدين في محاولتي لتقديم نوع من الهيكل المفاهيمي لهذه العملية لعمل بول برادشو بجامعة بيرمنجهام سيتي وعمله «نموذج لغرفة أخبار في القرن الحادي والعشرين» المنشور على موقعه onlinejournalismblog.com.

(٤-٢) حريق في مخزن – نشاط الصحافة الشبكية

أوضح في المثال البسيط التالي الكيفية التي يمكن بها أن تعمل تشكيلة منوعة من تقنيات الإعلام الجديد إلى جانب التغطية التقليدية (انظر الشكل ٢-٢). سوف نأخذ مثالًا لصحيفة بإحدى المدن تملك جميع المرافق اللازمة للاتصال بالإنترنت، ونرى كيف تتفاعل مع حادث حريق في أحد المخازن. الأمر المختلف بشأن هذا الشكل من الصحافة الشبكية هو خضوعها المستمر لمدخلات الجماهير منذ لحظة نشوء الخبر حتى الآثار المترتبة عليه بعدها بأيام وأسابيع. في ظل هذا الشكل العملي للصحافة المبني على الحدث ثمة درجة من التعقيد، على أن العمليات كافة موجهة نحو تغطية إخبارية وإعداد تقارير إخبارية سريعة ومركزة، وهو لا يشمل عناصر أخرى من المساهمات الشبكية المحتملة مثل مشاركة الجماهير في اختيار الخبر. يأخذنا هذا الشكل عبر المراحل المختلفة التي يمر بها خبر ما والتي لن تكون محددة المعالم من الناحية العملية؛ فهو ينتقل من مرحلة الإشعار بالخبر إلى مرحلة نسخ المسودة الأولى التي تزيد بقليل عن الأنباء

العاجلة، وصولًا إلى مجموعات أكثر تعقيدًا من المعلومات. ثم فيما تظهر الحقائق يدخل الخبر مرحلة التحليل، وأخيرًا مرحلتي التوطد والتفاعلية. بعدها يستمر الخبر كقضية أطول مدًى وكحوار مطول بين الخبراء والمقيمين والساسة، ينقله الصحفيون جزئيًّا.

بالطبع لا تتطابق الأخبار الحقيقية بسهولة مع مثل هذا الشكل البياني. لكن الشيء الجديد بالملاحظة هو الدرجة العالية من التواصل بين الصحفي والجماهير. ليس فقط فيما يتعلق بالمعلومات؛ لأنه فيما «يُنشر» الخبر، فإنه يتألف من مواد من إنتاج الجماهير مقدَّمة في شكل مباشر نسبيًّا بدون تدخل. يشير هذا إلى أن الخبر لا يكون ثابتًا، فالانطباع الأول عن حادثة مباشرة يتطور إلى خبر آخر عن الخطر الذي بدوره يجري التشكك فيه فيما ينضم المزيد من الأفراد إلى شبكة الراوي. هنا يأتي دور الصحفي كمنسِّق يجلب المشاركين إلى الشبكة، لا أن يقوم بدور الحارس الذي يحمي رؤية الإعلام للواقع.

(٤-٣) التعهيد الشبكي

سيواصل الصحفي الشبكي تتبُّع المصادر «التقليدية» مثل وسائل الإعلام الأخرى والوكالات الإخبارية الأخرى والعلاقات العامَّة والحكومة. على أنه سوف ينتفع على نحو متزايد بما يمكن أن تسهم به مجتمعات المصالح. فبدلًا من الانخراط العارض في المجال العام، سوف يتصل اتصالًا وثيقًا بهذه الشبكة بصفة دائمة، وفي هذا العالم سيقوم الصحفي الشبكي بالمهامِّ كافةً التي تتم على الإنترنت؛ من الاتصال بملقم الأخبار آر إس إس، إلى الاشتراك في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، والتفاعل مع المدوَّنات الأخرى رابطًا الأجزاء المختلفة لشبكته ببعضها. لكن بصفته صحفيًّا فهو يملك أيضًا مهارات التواصل مع العالم غير المتصل بالإنترنت والانخراط في أجزاء المجتمع التي كان يتجاهلها الإعلام التقليدي. إن الهدف من مثال صحيفة فورت مايرز بريس المذكور أعلاه هو أنه فيما استغلت الصحيفة شبكة من المواطنين المتصلين بالإنترنت لتعزيز صحافتها فإنها تواصلت أيضًا مع الكثير من الناس بعيدًا عن الشبكة الرقمية.

وما «يلي» الخبر يكون بنفس القدر من أهمية مصدره وإنتاجه تقريبًا؛ فاستمرار العلاقة بين الصحفي والجمهور هو ما سوف يدعم الصحافة الشبكية كمجتمع؛ ومِنْ ثَمَّ كنموذج عمل. يعني هذا بالتبعية أن كل مقال لا بد أن يُصب في هيكلٍ من شأنه أن يُدِيم قيمته؛ فسوف يُدرج الخبر في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وفي الغالب سوف يُذيَّل؛ ومن ثَمَّ يمكن لأي شخص يستخدم العلامات والإشارات المرجعية أن يَجِدَهُ،



مرحلة الإنتاج
دور الصحفيين
دور الجماهير
قصة الخبر
إشعار الخبر
تخبر خدمة الإطفاء غرفة الأخبار باندلاع حريق في أحد المواقع بوسط المدينة
قاطنو المدينة يبعثون برسالة إلى غرفة الأخبار يخبرونهم باندلاع النيران بأحد المخازن الكبيرة بشارع هيل بوسط المدينة
نبأ عاجل: نشوب النيران بأحد المخازن بوسط المدينة
مسودة الخبر
غرفة الأخبار تبعث برسائل إلكترونية ورسائل نصية تحذيرية، وتفعَّل مدوَّنة غرفة الأخبار، وينشر إنذار على الموقع، وتُفعَّل شبكات الخبراء والجماهير تُرصد المدوَّنات العامَّة وشبكات التواصل الاجتماعي
السكان يبعثون برسائل إلكترونية ورسائل نصية تصف ما حدث، وصورًا ومقاطع فيديو التقطتها هواتفهم المحمولة، والجماهير ينشطون على مواقع تويتر وفليكر وفيسبوك والمدوَّنات الشخصية
تطور الخبر: المخزن المشتعل قريب من مجموعة منازل
تقديم الخبر
نصوص على الإنترنت وصور ومقاطع صوتية، إلى جانب رسومات بيانية وخرائط تستخدم أدوات ذكية وتربطها بمحتوًى من إنتاج الجماهير وبمواقع خاصة بكلٍّ من الجماهير والخبراء
السكان يرسلون تعليقاتهم، وفي الوقت نفسه يستخدم المثلون المحليون الرسائل الإلكترونية والهواتف والمدوَّنات من أجل تقديم روايات شهود العيان عن الحادثة، وفي الوقت نفسه طرح التفسير والتحليل
اتخاذ الخبر لأبعاد تحليلية جديدة فيما يتضح أن السكان كانوا قد اشتكوا من وقوع حريق بمخزن للألعاب النارية على مقربة منهم، وكان الخبراء قد انتقدوا معايير السلامة
التحليل
تحوُّل في شكل الخبر المقدَّم ليشمل سلسلة من الآراء حول شكاوى السكان وبيانات الخبراء وتواريخها، وروابط تشير إلى حوادث مماثلة، وإشارات إلى مواد مرجعية على الإنترنت. إجراء حملة تدريب على التعهيد الجماهيري، حيث يُكلَّف السكان بتحديد مدى قرب المنازل من المخزن. المراسل الصحفي السياسي يحصل على ردود أفعال المسئولين والساسة بمبنى البلدية
انضمام السكان إلى حملة التعهيد الجماهيري بشأن مدى قرب المنازل من المخزن، وفي الوقت نفسه يُستخدم موقع تويتر والهواتف المحمولة والبريد الإلكتروني لتعقُّب الأفراد المفقودين، مع ربط المعلومات مباشرةً بصفحة الموقع الإخباري
الخبر يتحول إلى جدل سياسي فيما يزعم ساسة مجلس البلدية عدم توافر الموارد المالية نتيجة لرفض السكان المحليين اقتراحًا سابقًا لتعديل الميزانية يتضمن زيادة الضرائب لتغطية النفقات. الجماهير والوسائط الاجتماعية تعلن عن عدم وجود مفقودين أو مصابين وعدم التحاق الأضرار بالمنازل



شكل ٢-٢: تصور للصحافة الشبكية — حريق في مخزن.

وسوف يكون متصلًا بقواعد بيانات الموضوعات ذات الصلة وأنظمة رسم الخرائط الرقمية، وفي كل لحظة سيقدم الخبر لأي شخص يستخدم تلك البيانات طريقًا للرجوع إلى الشبكة الصحفية. من خلال الإشارة المرجعية أو الربط يحتفظ الخبر بقيمته ويبني مجتمع المصالح.

إذن هكذا تبدو الصحافة الشبكية، وأظن أنها سلسلة موثوق بها من النماذج الممكنة، وهي ليست الشكل الوحيد الذي سوف تتخذه الصحافة، لكنها تقدِّم كطريقة للعمل نهجًا عمليًّا وإبداعيًّا للصحافة في بيئة الإعلام الجديد. هي أيضًا استجابة ناجحة لتحدي المشكلات الأعمق التي تواجهه الصحافة حاليًّا. دعونا نفحص الآن الكيفية التي يمكن أن يواجه بها الشكل الأكثر اتصالًا من جمع الأخبار وتوزيعها بعض المشكلات النظامية والأساسية التي تواجه أي شكل من نقل الأخبار ولكن بالأخص في هذه اللحظة من التاريخ.

(٥) كيف يمكن أن تنقذ الصحافة الشبكية الإعلام؟

تناولْنا بالفعل أعلاهُ الكيفيةَ التي تَطرح بها التقنيات الإعلامية الجديدة حلولًا شبكية لأوجه قصور الصحافة فيما يتعلق بالعملية الصحفية؛ أي طريقة عمل الصحافة، ورأينا شكل الصحافة الشبكية مبدئيًّا وعمليًّا. وسوف نتناول في الفصلين الثالث والرابع كيف يمكن أن تحسِّن الصحافة الشبكية الصحافة عمليًّا في مجالات بعينها. بعدها سأقدم في الفصل الخامس بعض التدريبات والتعليم وأفكار الإنتاج لتعزيز إنشائها. لكن قبل كل شيء دعونا نرى أولًا الكيفية التي يمكن بها أن تواجه تقنيات الإعلام الجديد والصحافة الأكثر شبكية بعض المشكلات التحريرية الأعمق. تلك معضلات أبدية في الصحافة، غير أنها تزداد حدة بفعل الضغوط المتزايدة اليوم الناجمة عن التغيرات الاقتصادية والاجتماعية. وسأصنف هذه المشكلات على أنها مشكلات تتعلق بالثقة والزمن والمكان والإنسانية والجمهور:

- كيف نحافظ على ثقة الجماهير؟
- كيف يمكن أن نقدِّم أخبارًا بدقَّة وفي إطار سياقٍ ما، في الوقت الذي نكون فيه مقيدين بإطار زمني محدود لتجميع المعلومات ونشرها؟
- كيف نوصل الأفراد بعضهم ببعض في الأماكن المختلفة؟

- كيف نوطد الإنسانية في صميم الصحافة؟
- كيف نحتفظ بانتباه الجمهور؟

(٥-١) مشكلة المصداقية والثقة

إذن كيف يمكن أن تواجه الصحافة الشبكية أزمة المصداقية التي تهدد الإعلام الإخباري؟ الصحافة عديمة النفع كليةً ما لم تكن موضع ثقة؛ فإذا لم يصدِّق الجماهير المعلومات، تصير الصحافة شيئًا آخر: خيالًا أو جدلًا أو دعايةً. في العصر الرقمي سوف يقدِّم الإنترنت كمًّا هائلًا من الاتصالات والبيانات والأنشطة المعلوماتية. لكن إن لم يكن موثوقًا بها، فهي ليست صحافة إخبارية.

ليس المقصود بهذا أن الصحافة التقليدية لطالما عُرفت بكونها محل ثقة كبيرة. أحد الأسباب الرئيسية لالتزامي المليء بالحماس للعثور على طرق جديدة لإنتاج الأخبار هو إدراكي أن الصحافة عرضة للريبة والشكوك المتزايدة، فإلى جانب الساسة ومعظم شخصيات ومؤسسات السلطة، فإن الصحافة مشكوك فيها بدرجة أكبر من أي وقت مضى، وأنا أرحِّب بهذا، فلطالما كانت الصحافة في أوقات كثيرة من الماضي متحيزة وغير دقيقة ومزيفة بشكل صريح، وقد كانت متعجرفة وغير مبالية. إن اتباع الصحفي لنهج متشكك هو مطلب أساسي من مطالب الوظيفة، غير أن الاستهتار في تناول الموضوعات وازدراء الجمهور الذي أظهره بعض الإعلاميين في الماضي يمثِّل كارثة لمصداقية الإعلام على المدى الطويل.

ثمة أسباب «جيدة» وأخرى «سيئة» لهذا، فلطالما كانت الصحافة خاضعة دائمًا لقيود الزمان والموارد. كانت الصحافة تسيء فهم الأمور لأن الحقائق الكاملة لم تكن واضحة طوال الوقت. هناك عبارة تتداولها القنوات الإخبارية التي تعمل على مدار ٢٤ ساعة تقول: «لن نسيء فهم الأمور طويلًا!» لكن لطالما كانت هناك ضغوط أخرى لا تُطاق على صحافة الإعلام القديم.

يتعيَّن على الصحافة أن تدرَّ أموالًا أو تقدِّم قيمة، فحتى في الوقت الذي تتلقى فيه الدعم المادي، لا تزال في حاجة إلى الاحتفاظ بنِسبٍ من القرَّاء لتبرر وجودها. ذلك الدافع التنافسي يعني أن كل الصحفيين يمارسون عملهم بُغية تحقيق الدرجة الأكبر من «التأثير» حسب انتقاد توني بلير.[28] من الواضح أن ثمة ضغوطًا من جانب المعلِنين لزيادة الجمهور إلى أقصى حد ممكن، وهو ما يعني أن الموضوعات والمعالجات الرائجة

ستكون دائمًا أكثر جاذبية في نظر إدارات الصحف، فكثير من المؤسسات الإعلامية الخاصة يضع أصحابها خطط عمل خاصة لشركاتهم. لا يعني هذا أنهم يهيمنون على غرفة الأخبار مثل تشارلز فوستر كين.[29] لكن حتمًا ستكون وجهة نظر المالك أو صاحب أكبر حصة من الأسهم أحد العوامل التي سيضعها العاملون في حسبانهم. المؤسسات الإخبارية لها صفات سياسية كذلك. حتى عهد قريب كان المذيعون أشد مَيلًا إلى الآراء الوسطية أو كانوا معتدلين بفعل تشريعات. بلا ريب يمكن أن تعني لفظة «وسطي» أن يصبح الشخص خانعًا للدولة، وقد أظهرت إذاعة البي بي سي هذا عندما ساعد ريث في خداع الأمة إبَّان «إضراب بريطانيا العام» عام ١٩٢٦.[30] ثمة الكثير من المنظمات التي تؤمن بأن هيئات البث التقليدية تستمر في إظهار تحيز مؤسسي، وفي الوقت الذي تتهم فيه الشبكات التليفزيونية بالولايات المتحدة بأنها عميلة للشركات الكبرى، يُنظر إلى إذاعة البي بي سي على أنها مؤامرة ليبرالية.[31] تنخرط الكثير من المؤسسات الإعلامية في السياسة بعمق، فتجدها تشن الحملات المتعلقة بقضايا معينة، وتؤيد الأحزاب السياسية، وتتشبث بمواقف أيديولوجية واضحة أو مستترة. تتحيز المؤسسات الإعلامية تحيزًا ثقافيًّا أيضًا؛ مما يعني أنها يمكن أن تبالغ في عرض خبر معين أو تخفق في تقدير أهمية خبر آخر. لم يكن البيت الأبيض وحده الذي تأخر في إدراك الكارثة البشرية التي جلبها إعصار كاترينا على نيو أورليانز، وإنما تأخرت أيضًا المنظمات الإعلامية بالولايات المتحدة — التي كان يهيمن عليها مديرون من الطبقة الوسطى يعيشون في المدن ويعملون وفق أجندات واشنطن أو الساحل الغربي للولايات المتحدة — في إدراك حدوث هذا الخبر الهائل والمهم وما كان ينبئ به عن أمريكا المعاصرة. كما كتب الكاتب ديفيد شيبلر الحائز جائزة بوليتزر، كان هذا كان فشلًا هيكليًّا في صحافة الولايات المتحدة وليس مجرد سهوٍ:

> ما من فضيحة معبرة للصحفيين ورؤساء التحرير أكثر من الذهول الذي باغت معظم الأمريكيين لدى رؤية الفقر الْمُدْقِع بين سكان نيو أورليانز بعد إعصار كاترينا؛ ففي ظل مجتمع مفتوح، لم يكن من المفترض أن يتفاجأ أي شخص ممن كانوا يشاهدون التليفزيون أو يقرءون الصحف بما «فضحه» إعصار كاترينا، حسب التعبير الذي جرى تداوله على نطاق واسع في أعقاب الكارثة. كان يجدر بصحافة الولايات المتحدة الحرة أن «تفضح» كل يوم الفجوات العرقية والطبقية، فلماذا لا يحدث هذا؟ (ديفيد شيبلر)[32]

على حد قول شيبلر، في كثير من الأحيان ما يفشل الإعلام في تغطيته هو ما يقوض مصداقيته، مثلما تتسبب إساءة فهمه للأمور في تقويض سلطته.

وأخيرًا، فالطريقة التي نمارس بها صحافة الإعلام القديم أحيانًا لا ترقى لإنجاز العمل المطلوب، وعندما تتعقد الأمور، فغالبًا ما تخفق الصحافة. لا أرى في أثناء الحشد لحرب العراق أن الإعلام في أي بلد قد تعامل فعليًّا مع ما كان يحدث ومع المعلومات التي كنا نُبلغ بها ومع المعلومات المخابراتية المقدَّمة، وهذه ليست مسألة سياسية. أيًّا كان رأيك عن مزايا الدخول في الحرب، فإن الصحفيين لم يقدموا خدمة جيدة للجماهير حيث أخفقوا في توضيح جميع جوانب الجدل وجميع الحقائق لهم.[33] كان بعضٌ من أسباب هذا يتعلق بالإعلام نفسه. يصلح الإعلام الإخباري، ولا سيما التليفزيون، إلى حدٍّ كبير لنقل الحرب لأنه يقدِّم وصفًا دراميًّا للأحداث وصورًا مؤثرة، وقد كان هناك موقفٌ سياسيٌّ معيَّن بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر أدى إلى أن الإعلام الغربي بالأخص كان أقل نقدًا عما كان يجدر به أن يكون تجاه سياسة حكومة بوش في «حربها المزعومة على الإرهاب». قد يقول قائل[34] إن ثمة مشكلة أعمق طويلة المدى مع الإعلام التقليدي من حيث إنه خاضع بشدة «للتفكير الجماعي»، وهذه هي عقلية القطيع التي تعني أن الإعلام الإخباري يسمح لنفسه باتباع أجندة أعمال تشكلها السلطات بسهولة. سأتعامل باستفاضة مع هذه القضايا في الفصل الذي يدور حول التنوع الصحفي لكن في الوقت الحالي آمل أن أكون قد أوضحت أن صحافة الإعلام القديم لا تحتكر المرجعية، ولا تتمتع بسمعة لا تشوبها شائبة بشأن إذاعة الحقيقة العارية.

علينا أن نَحْذَرَ الوُقوعَ في فخ النظرة السوداوية الشائعة التي تَنفي ثقة العامَّة في الصحافة في حد ذاتها. إذا نظرت إلى أرقام الإحصاءات سيبدو بوضوح أن نسبة الثقة متجهة إلى الانخفاض، وهي تختلف أيضًا باختلاف الوسيط الإعلامي؛ إذ يُفصح الناس عن درجة أكبر من الثقة في مذيعي النشرات الإخبارية بينما لا يبدو أنهم يصدِّقون ما يقرءونه في الصحف، ويرى الناس مؤسسات الخدمة العامَّة مثل البي بي سي وشبكة الإذاعة الأمريكية العامة أكثر مصداقية من منافسيها التجاريين، رغم أن أكثر هذه المؤسسات وقارًا أصبح يُعامل بريبة أكثر مما كان يُعامل في الماضي؛ فالناس يضعون الصحفيين بصفة عامَّة في فئة ذوي الطبيعة الملتوية شأنهم شأن الساسة وسماسرة العقارات.[35]

لكن قبل أن نفترض أن كل الصحفيين يُرَون على أنهم أفَّاكين مَرْضى، علينا أن نضع هذا في سياق تاريخي واجتماعي. أولًا، يجدر بنا أن ندرك أنه بالرغم من النزعة

السوداوية الشائعة، فإن نِسَب الثقة في بعض الوسائل الإعلامية التقليدية يمكن أن تكون مرتفعة إلى حد ما؛ فعلى الرغم من زعم الأشخاص أنهم لا يصدِّقون الإعلام، فإنهم في الواقع يتشاركون بإمعان آراء الإعلام ويعيدون تداول الرؤى الإعلامية للأحداث. ويمكنني القول إن الجماهير ليسوا مرتابين في الإعلام بدرجة كبيرة. لكن إذا سلَّمنا بحدوث تراجع نسبي في الثقة، فعلينا أن نتساءل: من الملوم. لقد لخصتُ بالفعل بعضًا من العيوب الجوهرية في الإعلام التقليدي، لكن هذا لا يعبِّر عن الصورة الكاملة. عند النظر إلى مسألة فقدان الثقة في الساسة على سبيل المثال، فإنني لا ألوم الإعلام بالدرجة التي يلومه بها جون لويد[36] أو لاني ديفيز؛[37] فمع ارتفاع نسبة التعليم العالي وخصخصة العديد من الوظائف، أصبح لدى الجماهير توقعات أكبر بكثير من مجال السياسة، وأصبح ارتباطهم بحالة الاقتصاد أعلى من ذي قبل. يحثنا الساسة على الطموح والتطلعات، وعلى النقيض، تذكِّرنا الصحافة باستمرار بأن الساسة هم بشر وأن العالم ليس مثاليًّا، ولأن هذا يتعارض مع رغباتنا، فإنه يصيبنا بالإحباط لا مفر. عندما تُسأل في استطلاع رأي عامٍّ: هل هذا الإحباط يعني أنك فقدت الثقة؟ فمن السهل أن تُلقي باللائمة على حامل الرسالة، فإذا كان هذا يبدو لك موقفًا استسلاميًّا الآن، فأنت على حق. من المستحيل أن يستطيع كلٌّ من الساسة أو الإعلام التسليم بهذا الوضع ولا ينبغي عليهم قبوله حتى لو كان له ما «يبرره». لكن لا يجدر بهما أن يُلقيا باللائمة بعضهما على بعض؛ فهذه لعبة ليس فيها خاسر ورابح. ينبغي أن يقوم كلاهما بأعمالهما؛ فالصحافة يتعيَّن عليها أن تبرر نفسها ولا بد من أن تتغير كي تفعل هذا. وبطبيعة الحال، لا بد أن تحدث تغيرات اجتماعية أوسع إن كنا سنعيد بناء ثقتنا في مجال السياسة، لكن يمكن أن يبدأ الإعلام بالتصرف بتواضع ووعي بالذات أكبر والتأكيد على القيم الأكثر إيجابية التي يزعم أنه ينادي بها. ويمكن أن تساعد الصحافة الشبكية الإعلام الإخباري في مواجهة أزمة الثقة في الصحافة كطريقة لإعادة بناء أهميتها وسلطتها، ومن خلال مشاركة العملية مع الجماهير هي تقدِّم علاقة جديدة تتسم بشفافية ومسئولية أكبر، ولا تزال وظيفتها الأساسية أنها تتبع الأخبار التي تهم الرأي العام، لكن مع التركيز على نقل الأخبار بأمانة أكبر. يجبر إدماج الجماهير في العملية الصحفية العميلَ على تحمل مسئولية دوره في سوق الإعلام الإخباري.

(٥-٢) كيف يمكن أن تعيد الصحافة الشبكية بناء الثقة؟

كان الإعلام القديم يعلل نهجه الصحفي في فصل المُنتِج عن الجمهور بأنه كان يغرس روح الموضوعية، وكان الجمهور يقابل هذا بالثقة. ولا تعني الصحافة الشبكية استبعاد هذه المُثل. لا أظن أن مشاركة العملية الصحفية مع الجمهور السابق تعوق السعي من أجل تحقيق النزاهة والدقة والشمولية، بل في حقيقة الأمر أنا على يقين من أنها تُوَطِّده. ما هي الموضوعية على كل حال؟ في وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية لطالما كانت الضغوط التجارية والتنافسية والتحيز الثقافي حتى بين أكثر الصحفيين نبلًا ووعيًا بالذات تخلُّ بالموضوعية. دون التعمق كثيرًا في النظرية الفلسفية، من الواضح أن الموضوعية نسبية، وهي تتوقف على الأعراف السياسية السائدة، ويبنيها المجتمع. إذن ماذا يحمل الصحفيين على التفكير في أنه لديهم تبصُّر فريد بالطبيعة الجوهرية للموضوعية؟ ما يحملهم على ذلك بحق هو أنهم يملكون الخبرة والمهارات اللازمة للعمل جاهدين من أجل بلوغ الموضوعية؛ فهم لديهم مهارة التحرير. بعبارة أخرى هم أكْفاء نسبيًّا في الحكم على المصادر، وتقييم الحُجج المتنافسة، وتقديم نسخة من الواقع، إلا أن الصحافة الشبكية من شأنها أن تجعلهم أكثر كفاءة في فعل هذا.

في الغالب يستطيع الصحفيون المواطنون أو الهواة بلوغ مكانة عالية من الثقة؛ فهم يمارسون الصحافة بصفة عامَّة مدفوعين بنوايا طيبة؛ هم يؤمنون بما يفعلونه أو هم متحمسون، وهم عادة لا يمارسونها من أجل المال، وهم جزء من مجتمع — في الغالب مجتمع صغير للغاية ذاتي التنظيم — يحكم نفسه بنفسه. حاول البعض مثل المدوِّن السياسي البريطاني جاي فوكس[38] البقاء بمنأًى عن أعين النقد لكنه لم يحقق إلا نجاحًا محدودًا في ذلك. لكن في المجمل قطع المدوِّنون شوطًا طويلًا لمحاولة بلوغ الشفافية والمعايير الأخلاقية. إن هذا ليس كمثل التمتع بالموضوعية والدقة، لكنه تمسُّك قوي بالمساءلة يفوق ما لدى الإعلام التقليدي. إن رأس مال المدوِّنين على الإنترنت هو مصداقيتهم، ويحرص المدوِّنون على الحفاظ على قيمتها، وعادة ما يتجاهل الناس المدوِّن الذي يفتقر إلى المصداقية أو الذي لا يمتُّ كلامُه إلى أرض الواقع بصلة. ويتراءى لي أن المدوِّنين لا يرغبون في الحلول محل الإعلام التقليدي، لكنهم بديل، ويرغب الصحفيون الأكثر مهنية وإبداعًا بدورهم في استخدم الصحفيين المواطنين، ودور يكاد يماثل دور الصحفيين المرافقين للوحدات العسكرية. ثمة أسباب للتعاون عملية ولها أسس.

لنتناول حالة صورة رويترز المزورة لقذيفة إسرائيلية تضرب بيروت إبَّان صراع عام ٢٠٠٦ مع حزب الله. كان مصوِّرٌ مستقل قد حسَّن صورة لأفق سماء المدينة عبر إضافة المزيد من السحب الدخانية السوداء، واستعان في ذلك بإجراء بدائي للغاية على برنامج فوتوشوب، غير أن ضوابط المراجعة العادية في رويترز لم تكتشفها. احتاج الأمر إلى موقع لمراقبة الصحافة على الإنترنت يُسمى «ليتل جرين فوتبولز»[39] لإظهار الخطأ. تعاملت وكالة رويترز مع هذا بسحب الصورة وإيقاف المصوِّر ومراجعة سياستها لمعالجة الصور ثم نشرها. كانت هذه بمنزلة ضربة قصيرة الأمد لمكانتها الاجتماعية لكنها أيضًا كانت تجربة تعلُّم تقبَّلتها. أعلنت رويترز عن ترحيبها بتلقي تصحيحات من هذه النوعية؛ إذ أدركت أن هذا يمكن أن يوطد سمعتها بأنها تقدِّم تغطية صحفية موثوقًا بها. موقع ليتل جرين فوتبولز هو موقع يميني تستحوذ عليه هواجس سياسية معينة. ومن جهتي فسأتابع الأخبار دائمًا على موقع رويترز وليس على ليتل جرين فوتبولز، لكن باتصالهما معًا تتسم العملية الإخبارية بموضوعية أكثر. ينبغي على وكالة رويترز وغيرها من وسائل الإعلام الإخبارية إدماج هذا النوع من المراقبة الخارجية في العمليات الإنتاجية.

صحيفة واشنطن بوست هي مؤسسة إعلامية أخرى تسعى إلى التعامل بجدِّية مع الإعلام الإخباري، وإن كانت — على غرار وكالة رويترز — لم تنغمس بحماس بعد، وقد نشرت الآن عشر وصايا أو بالأحرى «مبادئ»، لصحافتها على شبكة الإنترنت.[40] وفيها تعبِّر عن بعض التأكيدات المألوفة: «الدقة والنزاهة والشفافية مهمة على الإنترنت كما هي مهمة في الصفحات المطبوعة. لا بد أن تفي مرحلة ما بعد الصحافة في كلا الوسطين بتلك المعايير.» لكنها تتخذ أيضًا قرارًا صارمًا بنشر صحافتها النزيهة على الإنترنت: «سنقوم بنشر معظم حالات السبق الصحفي والأخبار الحصرية عندما تكون جاهزة، الأمر الذي سيكون غالبًا على الإنترنت.» وهي تدرك أن وسط الإنترنت مختلف من حيث الأسلوب والجوهر: «نقدِّر وندعم الدور المركزي الذي تلعبه الآراء والشخصيات والمحتوى الذي يُعدُّه القرَّاء على شبكة الإنترنت ... نرحب بالمحادثات والمدوَّنات وعروض وسائط الإعلام المتعددة كمساهمات في صحافتنا.» ونقدِّر أن هذا سيعني تغير عادات كانت مستمرة مدى الحياة في أنماط العمل اليومية المعتادة: «سوف تستجيب غرفة الأخبار لإيقاعات شبكة الويب بنفس القدر من البراعة والمسئولية الذي تتعامل به مع إيقاعات الصحف المطبوعة. وسوف تتطور جداول المواعيد النهائية وهياكل غرف الأخبار وأشكال الصحافة لتواكب الإمكانيات الواعدة لشبكة الويب.»

يمثِّل كل ما سبق صيحة تحفيزية لأي وكالة إخبارية تواجه تعقيدات العصر الرقمي، وهم يقدِّرون أن الأمر أكثر من مجرد إنشاء موقع على الإنترنت إلى جانب الصحف؛ فالاثنان يجب أن يصيرا واحدًا: «من المفترض أن يجعلنا نشر صحافتنا على شبكة الويب أكثر انفتاحًا لتغيير ما ننشره في الصحف المطبوعة. لا يوجد اختلاف ذو مغزًى في صحيفة واشنطن بوست بين «الإعلام القديم» و«الإعلام الجديد».»

لكن كما أشار المدوِّن جيف جارفيس، لا يشير هذا فعليًّا إلى «الجمهور السابق». لا تزال صحيفة واشنطن بوست تنظر إلى العامَّة على أنهم عامل مساعد لعملها وليسوا جزءًا لا يتجزأ منه:

> من وجهة نظري هم أغفلوا مبدأً آخر في غاية الأهمية: خليق بهم أن يسعَوا إلى العمل بطرق جديدة تنطوي على التعاون مع الأشخاص المعروفين سابقًا بكونهم القرَّاء. ويجدر بهم أن يعيدوا تشكيل علاقتهم — وعلاقة المؤسسة وعلاقة كل صحفي — بالمجتمع. (جيف جارفيس، معلق إعلامي)[41]

من الإنصاف في حق صحيفة واشنطن بوست أن نذكر أن مذكرة المبادئ العشرة أقرَّت أيضًا أن هذه الوصايا ليست منزَّلة من عند الله وأن على الصحيفة أن تكون واسعة الأفق بشأن المستقبل: «علينا أن نواصل تطوير المحتوى وأشكال الصحافة التي ننشرها في الصحف المطبوعة، جزئيًّا كردٍّ فعل للتطور الصحفي على شبكة الويب واستلهامًا له.»[42]

إلا أنه عندما تتناول المذكرة كيفية الخروج والبحث عن الجمهور المتفرق، فإن الصحيفة لا تلجأ إلى المدوِّنين أو مواقع الويكي وإنما تستعين بمجموعة من الممارسين بداخلها، والمفارقة الكبرى هي أنه بدلًا من أن تذيع الصحيفة مبادئها على الملأ، فإنه تم تسريبها من خلال أحد المواقع الصحفية. في حقيقة الأمر، ربما تتعلق المبادئ العشرة أكثر بالسياسات الداخلية لصحيفة واشنطن بوست حيث الصحيفة والأقسام الإلكترونية في حاجة إلى هذه النوعية من خرائط الطريق التي تمهِّد للتعايش السلمي.

ينبغي أن تنشر كل المؤسسات الإعلامية قواعد مهنية كهذه، ليس لأنها تحتاج إلى توطيد السياسة، وإنما لتعزيز الالتزام المؤسسي ولكي تبعث برسالة إلى جماهيرها مفادها أنه مرحَّب بهم الآن في غرفة الأخبار؛ وستكون هذه بمنزلة خطوة مهمة إلى الأمام لخلق علاقة ثقة أكثر متانة.

(٥-٣) الصحافة والطبيعة المؤقتة

تتعلق الصحافة بالأحداث الجارية؛ فقوامها إطلاع الناس على شيء ما بأسرع ما يمكنك، وما خلا ذلك ليس مهمًّا. تعني الطبيعة المؤقتة للصحافة أن المواعيد النهائية والحدود المادية تفرض قيودًا على طريقة عمل الصحفيين وما يمكنهم إنتاجه، وقد رأينا الكيفية التي يخفف بها الإعلام الجديد هذه القيود؛ فقد أصبحت الصحافة الآن عملية غير خطية متعددة الأبعاد. ترحب الصحافة الشبكية بهذه الفرصة وتجعلها جزءًا لا يتجزأ من النظام الكامل.

يتيح الإعلام الجديد للصحافة الشبكية استخدام مصادر متعددة. البحث في الإنترنت هو الأداة الأساسية، لكن يوجد نطاق كامل من الروابط وملقمات الأخبار والعلامات وتنبيهات البريد الإلكتروني التي يمكنها أن توسع دائرة بحثك. أقامت وكالة أنباء رويترز الآن شراكة مع شبكة المدوَّنات جلوبال فويسز (الأصوات العالمية)،[43] وبموجب هذه الشراكة تتمكن رويترز من استخدام شبكة عالمية من المدوِّنين الذين بمقدورهم إضافة وجهات نظر شخصية. وتأمُل رويترز أيضًا أن يصبحوا موردًا صحفيًّا يعزز تغطيتهم الصحفية، ومع ذلك فحتى لحظة كتابة هذا الكتاب لم توجد خطط خاصة بالدفع لهم مقابل هذا. أنشأت مؤسسة رويترز أيضًا خدمة ألرت نِت؛[44] وهي عبارة عن أداة تعيين إخبارية للطوارئ تقدِّم معلومات عن كل شيء من العواصف إلى الحروب والأوبئة في أنحاء الكرة الأرضية. هذا تعهيد متعدد الأبعاد فعَّال مقارنة بشريط إرسال الأنباء تلغرافيًّا أو نموذج تغذية الأخبار القديمَين اللذين فيهما كانت آخر التطورات المقدَّمة بصورة دورية حول مواد منتقاة قبلًا هي المكونات الوحيدة لإنتاج الأخبار.

لا تزال هناك مواعيد نهائية يجب أن تلتزم بها الصحافة الشبكية، ويظل الالتزام بوقتٍ مستهدَف أداة تحفيزية نافعة. سيريد العملاء دائمًا معرفة إلى أي مرحلة وصلت العملية الصحفية، وسيظل هناك صحف ونشرات إخبارية «يخصص المشاهد وقتًا لمشاهدتها لاحقًا». لكن بصفة عامَّة سيكون للصحافة بُعدان جديدان مؤقتان؛ أولهما: أنها ستنشط فور بدء الصحفيين الشبكيين العمل؛ فمنذ لحظة التكليف بالمهمة ليس هناك ما يمنع الصحفيين من إذاعة المعلومات، هذا ما يفعله الصحفيون التقليديون بالفعل بالتحدث إلى الخبراء أو المعارف. سيكون المدوِّن على سبيل المثال هو الذي يتصل بصحفي «مهني» لتنشيط عملية سير خبر ما، وسيكون الصحفي هو المنسق الذي ينبه شبكة ما بشأن ظهور الخبر ويبدأ عملية تجميع المعلومات وفحصها وربطها، ويحدث

هذا بالفعل في المدوَّنات السياسية في المملكة المتحدة؛ حيث يختبر الصحفيون الأخبار عن طريق المدوِّنين ليرَوا من يتجاوب معها، والمدوِّنون سيستقون الأخبار من الصحافة التقليدية ثم يعمقون البحث في الموضوعات أو يعرضونها من زوايا مختلفة. ويعد هذا تطورًا إيجابيًّا للغاية يمنح عملية سير الخبر مدًى مؤقتًا أطول.

تتمتع الأخبار في ظل الصحافة الشبكية بعمرٍ يتجاوز الموعد النهائي؛ نظرًا لأن التفاعل على الإنترنت يمكن أن يصبح جزءًا من أهمية الخبر. وقطعًا هذا أمر في غاية الإحراج إن كنت أحد أعضاء مجلس الشيوخ مثل جورج ألان الذي ألقى ملاحظة طائشة ظلت لوقت طويل على موقع يوتيوب.[45] لكن هذا يشير إلى أن الأخبار التي لها أصداء ستظل مدوية حقًّا طالما ظل الجمهور مهتمًّا بها، وكلما اهتم الأشخاص بالخبر، استمر الخبر من خلال التفاعل على الإنترنت، ويمكن الآن للجهود الصحفية التي ربما انتهى بها الحال في سلة النُّفايات أو ذهبتْ أَدْراجَ الرياح أن تستمر في البقاء من خلال تسجيل البرامج لمشاهدتها في وقت لاحق ومن خلال الإنترنت. وإني متيقن من أن الصحفي الشبكي الذي يستخدم عمدًا هذه التكنولوجيا الجديدة في صنع المواد الإعلامية وتداولها، والذي ينخرط مع الجمهور بالكامل وبشكل مباشر، سيكون هو الصحفي الذي يبقى عمله عمرًا أطول، وبدلًا من أن تقرر زمرة إعلامية تقليدية أنه ينبغي تتبُّع خبر ما بشكل متكرر لدرجة مملة، سيكون للجماهير دور مباشر في مد أمد جوانب معينة من الفحص أو التحليل؛ فالجمهور هو من يحدد ما ينبغي تغطيته، لكن عمليًّا ستظل هذه العملية تتسم بالتعاونية وبالإدارة المشتركة.

(٤-٥) الصحافة والجغرافيا

تَمَثَّل القيد الكبير الآخر على الإعلام القديم في المسافة؛ فقد أضعفت المسافة كلًّا من التغطية الصحفية والنشر. كانت هذه ولا تزال مشكلة واقعية إلا أنها معضلة فلسفية أيضًا. المسافة مادية لكنها معنوية أيضًا؛ فطريقة فهمنا للآخرين وتمثيلنا لهم، لها عواقب فيما يخص الطريقة التي نعامل بها هؤلاء البعيدين عنا. وفي الفصل الختامي لهذا الكتاب سأبحث هذه الجوانب الأخلاقية والسياسية للصحافة الشبكية على نحو أعمق. لكنني أود التأكيد هنا على الكيفية التي تتيح بها الصحافة الشبكية الاتصال ومشاركة المعلومات والتواصل عبر المسافات البعيدة.

العالم يتقلص بفضل التكنولوجيا الجديدة وعوامل أخرى مثل نمو رحلات الطيران الرخيصة وانخفاض تكاليف الأقمار الاصطناعية. تمكننا الصحافة الرقمية من خلق الروابط. لنعُد إلى وكالة أنباء رويترز؛ ففي موقعها الخاص بقارة أفريقيا[46] يوجد الآن مجموعة معقدة من المدوِّنين المؤلَّفين من طاقم عمل رويترز ومن «هواة» من داخل البلدان الأفريقية. يقدِّم هذا مثالًا على مشاركة الإعلام الإخباري مع قطاع المدوَّنات العملاق التي ينقل الأصوات المستقلة، ويضيف المدوِّنون عمقًا وقيمةً إلى تغطية رويترز المهنية. بعض من المدوَّنات عبارة عن انتقادات للإعلام، مثل هذا النقد اللاذع لخبر جاء بمجلة تايم يزعم أن جمهورية غينيا بيساو في طريقها لتصبح «عاصمة المخدرات» الأولى في العالم:

> تخيَّل أن جريدة تايم قدمت خبرًا عن أن ولاية نيو جيرسي هي عاصمة سرقة السيارات بالولايات المتحدة، وكان نصف الصور بالخبر مأخوذًا في ولاية ماساتشوستس. هل سيبدو هذا منطقيًّا؟ كلا. وهل لدى أهل ولاية ماساتشوستس الحق في أن يشعروا بالمهانة؟ أجل. يفترض محررو جريدة تايم أن ثمة فرصة ضئيلة لأن يلحظ جمهورهم أو يفرق بين البلدان العديدة في أغوار أفريقيا المرعبة السوداء. علاوة على ذلك تجدهم ينشرون صورة لكومة من النقود المزعوم أنها حصيلة تجارة الكوكايين وكلها بالدولار الليبيري، ومن المفترض أن يعتقد القارئ أنها مبلغ ضخم من الأموال القذرة، لكنها ستبدو في نظر العارف أنها كم من الدولارات الليبيرية تعادل قيمته ٨ دولارات أمريكية فحسب. يا للعجب! لديَّ نفس هذا القدر من الدولارات الليبيرية في درج خزانتي بعد أن استبدلت ورقة نقود من فئة العشرة دولارات! (مدوَّنة «ليبيريا ليدجر»)[47]

هذا مجرد مثال واحد يعرض كيف منحت رويترز فرصة لمواطن أفريقي كي يرد على الغرب، ليس عبر مدوَّنة عشوائية وإنما عبر مدوَّنة متصلة مباشرة بشبكة الإعلام التقليدي. لكن لكي يكون هذا صحافة شبكية أصيلة على المدوِّنين أن يكونوا أكثر من مجرد مراسلين محليين على الإنترنت، ومن الضروري أن يُرى هذا على أنه أكثر من مجرد خاصية مكملة إضافية.

لقد بدأ بالفعل التغلب على عائق المسافة عن طريق الصحفيين المواطنين بطرق غير متوقعة، ولا يحدث ذلك عن طريق التدوين فحسب. ينبغي أن نتذكر أن صور سجن

«أبو غريب» كانت في حقيقة الأمر من إنتاج المستخدم، مع إنه لم يكن ممكنًا أن تظهر إلى حيز المجال العام لوسائل الإعلام إلا بفضل البرنامج التليفزيوني الأمريكي ٦٠ دقيقة والصحفي سيمور هيرش. عندئذٍ قدمتها قناة الجزيرة إلى الجمهور العربي الذي تمكَّن من الاشتراك في القضية عن طريق المكالمات الهاتفية التي تتلقاها القناة وعن طريق موقعها، وبالطبع عُرضت الصور ذاتها أكثر من مليون مرة على المدوَّنات في شتى أنحاء العالم، وأصبحت مواد لمزيد من التحقيق الصحفي. إن خبر «أبو غريب» وطريقة تفسيره وتقديمه على نحو مختلف حول العالم مع التفاعل الممتد بين الهواة والمهنيين كان واحدًا من أكبر الأمثلة على الصحافة الشبكية التي رأيناها حتى الآن.

لا يتعلق الأمر فقط بالمؤسسات الإعلامية، فإذا كانت الحكومات والهيئات الأخرى مثل المنظمات غير الحكومية لديها الرغبة في التواصل؛ فعليها إذن أن توفر للناس فرصًا أكبر لدخول منصات الإعلام الجديد للتواصل فيما وراء حدودهم. على سبيل المثال يمكِّن صندوق الإنماء العالمي التابع لإذاعة البي بي سي الجماهير المتحدثة باللغتين البشتوية والدارية داخل وخارج أفغانستان من الاستماع إلى برامج الراديو المفضلة لديهم باستخدام الإنترنت.[48] ويستهدف مشروع مماثل تابع لنفس الصندوق يُسمى زيج زاج[49] الشبابَ في إيران الذين يستخدمون لغة سرِّيَّة للتواصل؛ فهو يتيح لهم الفرصة لسماع أصوات بعضهم بعضًا، والاندماج عبر الإنترنت مع شخصيات معروفة مثل القادة الدينيين. وسوف أبحث قدرة الصحافة الشبكية على عبور حدود كهذه في الفصل الخامس، لكن من الواضح أن التكنولوجيا الجديدة تستطيع عبر وسائط التواصل الاجتماعي أو وسائل الإعلام الإخبارية اجتياز كلٍّ من العوائق المادية والاجتماعية.

(٥-٥) الصحافة ودورة اهتمام الصحفي بالخبر

يمكن أن تتيح الصحافة الشبكية للصحفي اندماجًا وتروِّيًا أكبر في موضوعه، وهذا هدف يحمل وجهين متناقضين لدى أي صحافة جيدة.

أصفُ هذا بأنه دورة اهتمام الصحفي بالخبر، ومن خلال الصحافة الشبكية يمكننا أن نأخذ هذه العملية إلى ما وراء غرفة الأخبار.

في عملية إنتاج الأخبار التقليدية، وبالأخص في غرفة الأخبار التقليدية، يدخل الصحفي في دورة من الاهتمام الشخصي بالخبر. أعني بالاهتمام الانشغال — العاطفي والفكري — بالموضوع الذين هو بصدده. عند مستوى ما يجتاز معظم الصحفيين

المهنيين هذه المرحلة مع تقدُّمهم في حياتهم الوظيفية. هم يلتحقون بهذه الوظيفة لأنه يساورهم فضول حول العالم، وفي الغالب يكونون مندمجين سياسيًّا أو شخصيًّا مع قضايا المجتمع، وعلى الأرجح يكونون قادرين على رؤية الأمور من وجهة نظر الآخر، وهم مهتمون بما يفكر فيه الآخرون، وكذلك منفتحون على فهم أفكار ومشاعر الآخرين كطريقة لفهم العالم. هذا هو ما أقصده بكونهم مهتمين. غير أن خبرة الصحفي وتدريبه يُحِيلانِ النهجَ الشخصي إلى نظام موضوعي.

كي تنجح غرف الأخبار لا بد أن يتوافر بها أفراد يؤدون عملهم بصفة عامَّة وفقًا لأعراف المؤسسة الصحفية ويكافحون من أجل بُلوغ أهداف صحفية متشابهة ذات قيم صحفية مشتركة. وفي الوضع المثالي قد يجد الصحفيون المكان والزمان والموارد في أوقاتٍ ما من حياتهم الوظيفية كي يعيدوا الاتصال مع «اهتمامهم الشخصي» ويجددوا هذه الدوافع المحفزة الأصلية، لكن هذا نادرًا ما يحدث في الواقع.

تحدث دورة مماثلة بصفة يومية؛ إذ يدخل الصحفي مقر العمل قادمًا لتوِّه من العالم الحقيقي، ممتلئًا بالانفتاح والشغف بالعالم. عندئذٍ يتعيَّن عليه التعامل مع موضوع ما وفرض نظام المؤسسة الصحفي؛ وعليه أن ينحِّي مشاعره الشخصية ومنظوره الفكري الشخصي كي يبذل قُصارى جهده للوصول إلى منتج موضوعي؛ أي تقديم للخبر قابل للتوصيل.

ولا بد أن يحرص الصحفيون على أن تكون صحافتهم شاملة ونقدية ودقيقة قدر الإمكان، ومع ذلك تحاول صحافتهم عندئذٍ ربط الموضوع بالمشاهد، وإحدى طرق تحقيق هذا هي «الاهتمام الإنساني»؛ إذ يحاول الصحفي نقل الخبر بطريقة يمكن للجمهور التعاطف معها حتى عندما يكون الموضوع بعيدًا عنه اجتماعيًّا وجغرافيًّا. في تلك المرحلة من عملية الإنتاج يحاول الصحفي إعادة تقديم العنصر الإنساني وخلق رد فعل عاطفي. في يوم انفجارات لندن على سبيل المثال دخل الصحفيون الذين عملت معهم في هذه الدورة؛ ذهبنا إلى العمل كالمعتاد تاركين وراءنا حياتنا الطبيعية، ثم اضْطُرِرْنا إلى التعامل بمهنية مع خبر كان مثالًا متطرفًا لحدث مزعج ومربكٍ عاطفيًّا. لكن بالطبع أردنا أن تعكس تغطيتنا البعد الإنساني لأحداث اليوم، وهو ما حققناه؛ عبر الحرص أكثر على منح الضحايا فرصة للتحدث عما حدث بعواطف غامرة، حتى يمكن للمشاهد الإحساس مباشرة بالمشاعر التي أثارتها الأحداث. بعد البث يكون الصحفي قادرًا على إعادة الاندماج في العالم الحقيقي، وربما يصطحب معه أنواع ردود الفعل العاطفية

كافة، من إحساس بالذنب أو كرب أو تعاطف، فيما يتعلق بالأحداث التي تولَّى تغطيتها خلال تلك الأيام.

الجانب السلبي لهذه الدورة أنها يمكن أن تُنتج نوعًا من الوعي الزائف في طريقة عمل الصحفي على مدار الأخبار، وهي تؤدي في أردأ تجلياتها إلى صحافة نمطية؛ إذ تخلق القوالب النمطية المضْجِرة التي فيها يسأل المذيعون الضحايا «ما شعورهم» أو يعرض المراسلون أطفالًا أفارقة يتضوَّرون جوعًا وأعينهم ملوثة بيرقات الذباب، ويمكن أن تخلق فجوة بين الصحفي والموضوع لا يمكن رأبها أبدًا. أرى أن هذا يؤدي إلى صحافة أقل إشباعًا لكل المعنيين.

لا تقتصر دورات الاهتمام هذه على الصحافة؛ إذ يمكن القول إن الأطباء يُضْطَرُّونَ إلى المرور بدورات مشابهة. إلا أن الصحافة الشبكية توفر فرص تحويل هذه الدورة إلى دورة أكثر فاعلية، وفوق ذلك هي تمنح فرصة تحويلها إلى شبكة. تتيح الصحافة الشبكية — التي فيها يُسمح باشتراك «الهاوي» والمواطن في العملية بأكملها — للصحفي الحفاظ على الصلة بين الخبر والقرَّاء دون اللجوء إلى الصيغ المقولبة. لا يزال قوام الصحافة هو العرض؛ فكيف لها بخلاف ذلك أن تؤدي مهامها الأساسية من ترشيح وتنقيح وتقديم نهائي؟ على أن العملية متعددة الأبعاد بأكملها ستكون أقل هرمية وغير خطية. حدث بعض من هذا يوم تفجيرات السابع من يوليو في لندن؛ حيث أحدثت صحافة المواطن تأثيرًا؛ إذ راح الأفراد يرسلون صورًا ملتقطة بهواتفهم المحمولة وينشئون المدوَّنات الشبكية لربط أحداث اليوم. في هذا اليوم تعلم الكثير من المؤسسات الإعلامية دروسًا حول كيفية تسخير محتوًى من إنتاج المستخدم، وقد تعلمت مشاركة مجالهم الصحفي مع العامَّة. غير أن هذا كان لا يزال بعيدًا كل البعد عن نوعية الصحافة الشبكية الاستباقية التي يمكن أن تمد دورة اهتمام الصحفي بمعنًى أكبر، وفي عالم وسائل الإعلام الإخبارية المتصلة بحق يمكن لهذا أن ينعكس في صورة إدراك متجدد لإمكانيات الصحافة. وسنتناول هذا بمزيد من التفصيل في الفصل الذي يدور حول التنوع الصحفي.

(٥-٦) الصحافة والجمهور

رأينا بالفعل كيف بدأ الجمهور يتفتت ويهجر وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية. إليكم فئتين من الناس يرى دان جيلمور أنه يمكن للإعلام الجديد المساعدة في إعادة جذبهما:

> الفئة الأولى هي فئة الأفراد الذين كانوا نشطاء على طريقتهم الخاصة حتى قبل أن تصير الصحافة الشعبية في متناول الجميع؛ هم كُتَّاب الخطابات التقليديون إلى المحررين؛ فهم مندمجون ونشطون، على المستوى المحلي عادة. الآن بمقدورهم كتابة المدوَّنات وتنظيم اللقاءات، وبصفة عامَّة إثارة القضايا التي تهمهم سواء أكانت سياسية أو غيرها ... الفئة الثانية من الجمهور، والتي آمُل أن تكون أكبر من الفئة السابقة، هم أولئك الأفراد الذين يرتقون بهذا النشاط إلى المستوى التالي؛ إذ نشهد حاليًّا ظهور المتمكنين من المدوِّنين أو منشئي مواقع الويب أو أصحاب قوائم المراسلات أو مرسلي الرسائل القصيرة الانتقادية — الوسيط أقل أهمية من الهدف والموهبة — الذين يصيرون مصدرًا رئيسيًّا للأخبار للآخرين وفيهم الصحفيون المهنيون. وفي بعض الحالات يصير أولئك الأشخاص هم أنفسهم صحفيين مهنيين، ويجدون طرقًا لتحويل هوايتهم إلى مشروع تجاري. (دان جيلمور)[50]

وأضيف أنا فئتين أُخريين؛ فئة الأشخاص الذين ليسوا من نوعية النشطاء الذين يصفهم جيلمور، وهي فئة غائبة عن عالم الواقع الافتراضي؛ وسيظل أفراد كثيرون يرغبون في العلاقة القديمة مع الإعلام الإخباري، سوف يرغبون في الأخبار المجهزة مسبقًا المقدَّمة لهم، وأعتقد أن أشخاصًا كثيرين سوف يواصلون استهلاك معظم المحتوى الصحفي المقدَّم لهم بهذه الطريقة. أما الفئة الرابعة فهي «المستخدمون الاجتماعيون» الذين سوف يتابعون الأخبار ويشاركون فيما يطلق عليه جيلمور «الحوار» كجزء من التواصل الاجتماعي عبر الشبكات. هم ليسوا نشطاء بالطرق التي يصفها، لكنهم يظلون يقدمون محتوًى وتفاعلًا مع تدفق الأخبار. جزء من فيض الأخبار الاجتماعية الخاصة بهم سيكون متمركزًا بشدة حول السياقين المحلي والشخصي حتى إنه لن يمثل أهمية للصحافة الشبكية. غير أن البنى التي تخلقها هذه الأخبار ستكون موردًا مهمًّا لاندماج أوسع نطاقًا. إن الأمر لا يتعلق بالبحث عن ماضي شخصية سياسي صغير من خلال تفقُّد الصور غير اللائقة له على فيسبوك من أيام الشباب العابث، وإنما يتعلق الأمر بتتبُّع الصحافة الشبكية وبدئها للحوارات على هذه المواقع التي تجذب المستخدمين بالأخبار والقضايا التي تنقلها وسائل الإعلام الإخباري.

قطعًا هذه ليست فئات متعارضة؛ فكلنا يمكن أن نكون أعضاء في فئات مختلفة منها في أوقات مختلفة. لكن يتعيَّن على الصحافة أن تتصل بهذه الفئات إن كان مقدرًا

لها النجاح. إن إدماج «الجمهور السابق» من خلال عملية الصحافة الشبكية له ثلاث منافع:

(١) إعادة دمج الجمهور في العملية.
(٢) جلب محتوًى إلى العملية.
(٣) إضفاء قيمة أخلاقية وسياسية على العملية.

تحتاج وسائل الإعلام الإخبارية إلى هذه الجموع الغفيرة من الناس. تحتاج إلى أن تبذل جهدًا من أجل الوصول إلى المجالات غير المطروقة أيًّا كان موقعها من أجل الإبقاء على مجالها. يمكنها أن تحقق ذلك نوعًا ما عبر البراعة في التسويق والبحث، ويمكنها المضي أبعد من ذلك من خلال تفصيل منتجاتها على حسب متطلبات هؤلاء الجماهير الذين يصعب الوصول إليهم. لكن تلك المهمة ستصبح أسهل كثيرًا لو أنها جعلت الجمهور جزءًا من العملية، وسمحت له بالاشتراك في المساعدة في تشكيل وسائل الإعلام الإخباري التي نتوقع منه متابعتها. الصحافة الشبكية هي مفهوم استراتيجي وأيضًا تخطيطي، وهي ليست مجرد إدماج لمجموعات نقاش مركزة؛ فمن خلال دمج المدوِّنين على سبيل المثال، يخلق الإعلام التقليدي شبكة ذاتية الانتقاء على نحو فعال، وهي قطعًا حلم كل أخصائي تسويق. يقدِّم الجمهور الشبكي محتوًى بطريقة شديدة الكفاءة. معظم المحتوى الذي يُعدُّه المستخدمون غير مدفوع الأجر، وحتى عندما يقتضي مقابلًا ماديًّا فإنه عادة ما يكون مقابلًا زهيدًا لأن الجماهير تقدِّر المشاركة بنفس قدر تقديرها للنقود. الصحافة الشبكية هي منفعة اجتماعية.[51]

إن إدارة التفاعل مع الجمهور السابق لا تُنفَّذ دومًا بكفاءة. لا بد من إبقاء تكاليف المعاملات تحت السيطرة، ويُعزى هذا في جزء منه إلى أن معظم المؤسسات الإعلامية لا تزال تعمل بطريقة فصل محتوى «المهنيين» عن محتوى «الهواة»، ويعود هذا أيضًا إلى أنهم لم يطوروا بعد التقنيات اللازمة لمعالجة حجم المحتوى الذي يُعدُّه المستخدم أو التفاعلات التي تأتيهم في بعض الأحيان. يقول ستيف هيرمان الذي يعمل بموقع بي بي سي أونلاين إنه انهال عليهم كمٌّ هائل من المحتوى الذي أعدَّه المستخدمون يوم تفجيرات لندن، والآن صار لديهم مركز ممنهج للمحتوى الذي يُعدُّه المستخدمون وبرنامج خاص من شأنه فرز الأعداد الهائلة من الرسائل الإلكترونية التي تبعث بها الجماهير واستخراج الصور وإعدادها للمشاهدة كأيقونات صغيرة بحيث يستعرضها

صحفيو البي بي سي. لكن يمكن تطوير ذلك إلى حدود أبعد بكثير؛ فعلى سبيل المثال لم يتعمق مركز البي بي سي بعدُ في هذا المجال؛ لأنه يواصل فصل الجماهير عن عملية النشر، وهو يصرُّ أيضًا على استخدام إجراءات رقابة صارمة بدلًا من السماح بنشر المحتوى مع تنبيه القارئ بطبيعته.

تضفي الصحافة الشبكية قيمة أخلاقية وسياسية على العملية من أجل الجمهور؛ لأنها تضعف قوة الإعلام أو تشاركها بنجاح مع الجمهور، وهي تشجِّع الجمهور على المشاركة في تحمُّل مسئولية التغطية الصحفية وتعزز قدرًا أكبر من الثقافة الإعلامية. إن كنت جزءًا من عملية فإنك حتمًا ستشعر بالملكية. يتعيَّن على وسائل الإعلام الإخباري إنشاء أنظمة تتيح التفاعل المباشر أكثر مع الجمهور. لا بد أن يكون هناك المزيد من الانفتاح على الموارد، وتسهيلات أكبر للوصول إلى تدفقات المعلومات والمواد الخام، وشفافية أكبر. لا بد أن يُظهر الإعلام الثقة ليحصل عليها في المقابل.

(٦) قطاع الصحافة الشبكية

> نحن مراقِبون مستقلُّون للعالم، نذهب إلى حيث لا تستطيع جماهيرنا الذهاب، وننبش حيث لا تستطيع الجماهير النبش، ونمحِّص ونفسِّر ما لا تملك جماهيرنا متسعًا من الوقت لتمحيصه وتفسيره حتى تتمكن جماهيرنا من فهم العالم بشكل أفضل. (مايكل أورسكس، إنترناشونال هيرالد تريبيون)[52]

إن وصف مايكل أورسكس للصحافة لا يزال المكوِّن الجوهري لما يقدِّمه القطاع الصحفي لعالَمٍ يشهد إصدار الويب ٢٫٠ أو حتى إصدار الويب ٣٫٠. تتمحور الصحافة الشبكية حول الصحفيَّين: الهواة والمحترفين، باعتبارهما جزأين في عملية يتمم أحدهما الآخر وتتزايد قابلية تبادل الأدوار بينهما. تُحرر الديناميكيات الجديدة التي لخَّصْتُها أعلاهُ الصحافةَ لتقومَ بأُمور لم يكن بمقدورها أن تقومَ بها في الماضي. قطعًا هذا لبُّ تعريف الفرصة، أليس كذلك؟ وهي فرصة للإعلام الإخباري التِّجاري وفرصة للقطاع العام كذلك. ولكوني شخصًا عَمِلَ في قطاعَي الإعلام الإخباري العام والخاص، أتفهَّم أهمية أحدهما للآخر.

من الضروري لبقاء الصحافة أن تحتفظ الصحافة الإلكترونية على الإنترنت بما يقدره الأفراد في الإعلام التقليدي. تخبرنا جميع استطلاعات الرأي أن الشباب لا يكتسبون

عادة متابعة النشرات الإخبارية، وإن كانت إحدى الدراسات[53] الشائقة قد أظهرت أن الجيل الأول الذي تبنَّى التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا يزال يثق أكثر في وسائل الإعلام التقليدي، كل ما هنالك أنه لا يستخدمها؛ وعليه واحدة من المهام الرئيسية وهي العُثور على طرقٍ لإيصال قيمة الإعلام التقليدي وثماره إليهم، ولجعلها جزءًا من حياتهم مرة أخرى.

على أي شخص في العصر الرقمي يفكر في دعم أو إطلاق مشروع إعلام إخباري أن يطرح على نفسه بضعة أسئلة أساسية للغاية:

- ما مجال العمل الذي أمارسه؟
- ماذا أقصد بالصحافة؟
- ما المحتوى الذي لديَّ؟
- كيف سأقدمه؟
- من يريده؟
- لماذا يريدونه؟
- ماذا سيفعلون به؟

هذه هي كل الأسئلة التي غالبًا ما كان الإعلام القديم يراها أسئلة بديهية، لكنها أسئلة في غاية الأهمية لأي شخص يسعى إلى تحقيق تقدُّم في مجال الإعلام الجديد. حتى الآن كثير من مشروعات الإعلام الجديد لم يكن النجاح دومًا حليفها؛ فرغم النجاح المبدئي لآلاف منها فإن قليلًا فقط تأصَّل وثبت، ولم يُجرَ سوى تحليلات قليلة جدًّا لمعرفة أيها ينجح وأيها لا ينجح، على الرغم من أن هناك أشخاصًا كثيرين يدَّعون القدرة على تقديم نصائح ثمينة. سوف يساعد السوق في فصل الغث عن السمين. لكنني أعتقد أن أستاذ الإعلام أدريان مونك بجامعة سيتي بلندن على حق في تعريفه المشكلة بأنها مشكلة «اختلاف الذوق الصحفي». كثيرون من رواد الأعمال الصحفية على الإنترنت منغمسون في إنتاج الصحافة التي يجدونها ممتعة بدلًا من أن يقدموا للجماهير ما يريدونه أو ما يحتاجونه. يُنتج الصحفيون الشبكيون محتوًى صحفيًّا راقيًا في حين يفضِّل الناس ما يلبي احتياجاتهم.

و«نصيحتي» إلى أولئك الذين يسعَون إلى تأسيس صحافة جيدة تتلخص في ثلاثة مبادئ أساسية:

(١) صُبَّ تركيزَك على إنشاء صحافة شبكية جيدة؛ فأي منتَج هو ثمرة جهد جماهيري لا بد أن يكون له مستقبل.

(٢) أمعِن في التفكير أكثر فيما يدور في مجال الإعلام الجديد وفكِّر على الإطار المفاهيمي؛ فالجهل ليس نعمة، والخيال مطلوب.

(٣) لقد أصبحت جزءًا من المجال الآن، أحسنت. لكن هذا لا يعني بالضرورة أنك تعرف كيف ستحافظ على مكانك غدًا.

(٦-١) حرية السوق، حرية التعبير

ثمة العديد من النماذج المتاحة، لكن الأهم هو المفاهيم الرئيسية في المشهد الإعلامي. بعض من نماذج العمل يكون عبارة عن أساليب مألوفة ودفاعية وذات دوافع مالية مثل دمج المؤسسات الإعلامية، وهي تبدو منطقية في أعين أصحاب الأسهم على المدى القصير، لكنها ليست حلًّا لأولئك الذين يقدِّرون التنوع أو النمو. إن دمج الشركات يمكن أن يكون نافعًا في الأسواق سريعة النمو حيث يمكن استنساخ طرق الإنتاج نفسها مع وجود وفرة من المنافسين. أما في السوق المنكمشة فيمكنه أيضًا أن ينقذ الشركات التي لا تتوافر لها مقومات البقاء بشكل مستقل.

لكن الصحافة تختلف في هذا؛ فمؤسسة واحدة مثل نيوز إنترناشونال في المملكة المتحدة تضم مجموعة منوعة من المنتجات ما بين قنوات سكاي نيوز إلى جريدة ذا صن والملحق الأدبي ذا تايمز ليتراري صابلمنت. لا أرى خطرًا جسيمًا في حقيقة ارتباط كل هذه المنافذ الإعلامية. لكن الخطر يظهر عندما تتمكن إحدى المؤسسات من امتلاك حصة كبيرة من السوق، وبالأخص عندما تنقل تلك الهيمنة إلى منصات إعلامية أخرى. ينطبق هذا بشدة على البي بي سي تمامًا مثلما ينطبق على رجل الإعلام روبرت مردوخ. ما نشهده حتى الآن هو أن كليهما ينقل قوة سوقه إلى الإنترنت.

إن التنوع السياسي والاقتصادي هو المسبب الرئيسي للتنوع الصحفي الحقيقي. في سوق الأفكار أنت بحاجة إلى عدد كبير من الأشخاص العازمين على النجاح. لكن عليك تقبل أننا نعيش في عصر يشهد ظهور واختفاء الشركات الإعلامية بمعدل أسرع كثيرًا.

شهد مطلع القرن العشرين فناءً هائلًا لمؤسسات العصر الفيكتوري حيث حلَّ محلها حشدٌ من الشركات الإعلامية الجديدة، وتضمن ذلك أيضًا ظهور القطاع العام، وها نحن في انتظار رؤية مدى استمرارية فيسبوك أو حتى جوجل مقارنة بوكالة رويترز التي بلغ عمرها قرنًا من الزمان، لكن ما من شركة لديها حق أبدي في الوجود.

(٦-٢) حرية السوق – حيادية الإنترنت

بينما يتجه ممارسو الإعلام القديم إلى الإنترنت فإنهم يلتقون شركات مثل جوجل التي تملك هيمنة هائلة على الإنترنت. رأينا بالفعل كيف اقتحمت جوجل عالم الأخبار مباشرة عبر مجمع الأخبار جوجل نيوز. لكن جوجل ستكون قوة من القوى المهمة المحركة للسوق والمؤثرة على الصحافة من خلال طريقة تصميمها لخدمات البحث الخاصة بها.

ومن ثم تكون فكرة حيادية الإنترنت[54] في غاية الضرورة من أجل الحفاظ على سوق حرٍّ في الإعلام، حرٍّ بالمعنى التجاري أو بالمعنى المتعلق بحرية التعبير. هذه هي فكرة أنه من المفترض تحديد روابط مواقع الإنترنت على حسب شعبيتها وصلتها بموضوع البحث وليس بِناءً على المال المدفوع لمحركات البحث. يقول الرأي المخالف إن البحث هو الطريقة الوحيدة لجني المال على الإنترنت ولا بد من إدرار العوائد بطريقة ما لتمويل المزيد من الخدمات وللتطوير المستقبلي لنطاق الإنترنت العريض.

في ضوء الصحافة الشبكية هذه معضلة كبيرة بشكل خاص. نحن نقدر شفافية حيادية الإنترنت، وهي ستكون ضرورية لدعم إتاحة إمكانية الدخول على الإنترنت للجماهير على مستوى العالم، وهي أيضًا مهمة كطريقة لضمان الثقة والمساءلة؛ وعليه، فإما أنك تسعى إلى الحفاظ على حيادية الإنترنت وإما ستشرع في إنشاء مجموعة من الضوابط والتوازنات والرقابة تبدو على نحو خطير كتنظيم مبالغ فيه للإنترنت، وإما أن تسمح لكبرى المؤسسات بأن تضع هياكل تسعيرية تقيِّد الدخول إلى الأسواق وتحرم الجماهير من الاختيار والمعلومات.

(٦-٣) الصحافة الشبكية تملأ الفجوة

> على مدار عشر سنوات على الأقل سنُضْطَرُّ إلى التصرف دون ضمان النتائج وضخ أموال في الأسواق الرقمية دون الحصول على عائد معتَبَر ... وسوف نفعل هذا متوقعين تبدل الأمور. (آلان رسبريدجر، رئيس تحرير الجارديان)[55]

ثمة بعض الآثار العملية المترتبة على ما عرضتُه. الأمر الصعب على المنظمات الإعلامية التي بدأت تغيير هيكلها هو إعادة ترتيب الأولويات دون فقد القيمة الأساسية. وبالنسبة للمؤسسات الإعلامية الجديدة يكمن التحدي في تكوين تلك الثقافة العامَّة أو السياسية التي سوف تمنحهم قيمة أطول عمرًا. كما يشير رسبريدجر، هذا أمر له ثمن؛ فشركات الإعلام الجديد ليست معفاة من الحاجة إلى التغيير والتطور أيضًا. تمر جوجل بهذه المرحلة؛ إذ عليها أن تدرك أنها لم تَعُدْ شركة «مفعمة بالأمل»، وإنما هي الآن شركة «على أرض الواقع». عليها أن تقرَّ بأنها توجد في عالم السياسة؛ ويعدُّ ما حدث مع الصين مثالًا على ذلك عندما اضْطُرَّتْ جوجل أن تصل إلى تسوية معها.[56] ما يثير اهتمامي ليس مجرد التوازن الأخلاقي للتسوية التي تمت ولكن أين ستطبق جوجل الدروس المستفادة، فما مدى ارتباط مبدأ جوجل التأسيسي «لا تؤذِ أحدًا» وإرشاداتها التوجيهية المثالية بأرض الواقع؟ إذ ليست الصحافة — وجوجل الآن أصبحت جزءًا مهمًّا من الصحافة — إلا سوقًا أخلاقيًّا قوامه الثقة والأصالة، وفي حالة الصحافة الشبكية قوامه الشفافية والتعاون.

يمكن للصحافة الشبكية أن تملأ الفجوات؛ إذ يمكنها من خلال شفافيتها وتحملها للمسئولية أن تعيد بناء الثقة. لكن هذا يعني مشاركة كلٍّ من «المهنيين» و«الهواة» في تحمُّل المسئولية. هذه طريقة أيضًا لتقليل الحاجة إلى قانون تنظيمي خارجي.

يمكن للصحافة الشبكية أيضًا أن تملأ فجوة التمويل؛ فعلى مدار السنوات الخمس القادمة تقريبًا ستكون هناك أزمة تدفق نقدي بينما تستبدل المؤسسات الإعلامية تجهيزاتها لتواكب العصر الرقمي؛ إذ تستثمر أكثر في العمليات الإخبارية بالإضافة إلى التكنولوجيا الحديثة والأنشطة التجريبية. في الوقت نفسه يواجه الكثير من المؤسسات انهيارات كارثية في العوائد. تساعد المدوَّنات أو المحتوى الذي يعدُّه المستخدم والتعاون في ملء هذه الفجوة. لكن الأهم من ذلك على الأجل المتوسط أنها تبني المجتمعات الإلكترونية على الإنترنت التي ستكون ميالة إلى الاستثمار في منتج تلعب فيه دورًا. أَشْرِكِ الجماهير وستجدهم غالبًا يستثمرون في مشروعك. قد يتخذ هذا الاستثمار فعليًّا شكل شراء أسهم الشركة، لكن الاحتمال الأكبر أن يتخذ شكلًا من أشكال الاشتراكات، وهذا المجتمع هو مورد يمكن بدوره أن يُحوَّل إلى قيمة نقدية كشبكة وليس كمشترين أفراد.

(٦-٤) الصحافة الشبكية – مجال عمل مختلف

> يستبدُّ الرعبُ بكبرى المؤسسات الأمريكية. الأمور تتبدل سريعًا جدًّا؛ فالمستهلكون في غاية القوة، والتسويق أصبح مشتتًا للغاية، وصار الصوت الواحد لأي مؤسسة ملزمًا الآن بالتحدث برسائل متعددة من أجل رغبات لا حصر لها، ممتدة عبر خطوط تدرس شخصيات وميول الأفراد وتوجهاتهم في منصات إعلامية متنوعة. التسويق اليوم أفضل؛ بسبب توافر فرصة إجراء حوارات وإقامة علاقات حقيقية مع المستهلكين، وأيضًا من الأسهل كثيرًا الآن أن تجد الأشخاص الذين تود الوصول إليهم. لكن التسويق أصعب أيضًا اليوم؛ فهو يقتضي التحلي بالصبر وشيء من بُعد النظر والكثير من المشاركة، وهو يتطلب معايير قياس جديدة، وبكل تأكيد يستدعي خوض زمام المخاطرة ورؤية طويلة المدى. (جاري جولدهامر، معلق إعلامي)[57]

الصحافة الشبكية هي طريقة لتأسيس تلك الرؤية «طويلة المدى» لمجال العمل، لكنها ليست طريق مختصرة. عندما ننظر إلى بعض من الأولويات التي تقدِّمها لا بد أن ندرك أيضًا أنها تقوم على ما يخدم العامَّة ثم حمَلة الأسهم، وليس العكس. قطعًا ليس هناك ما يمنع مشروعات الصحافة الشبكية من البدء من الصفر، ولا يتعيَّن عليها البدء مع منظمة إعلامية تقليدية في طريقها للتغيير كما أنها ليست مضطرة إلى البدء مع مدوَّنة إعلام جديد أو موقع إلكتروني على الإنترنت. إن موقع نيوأسَينمنت دوت نت NewAssignment.net[58] الذي أنشأه جاي روزن هو محاولة تجريبية لبدء مشروعات صحافة شبكية. سوف يحاول الجمع ما بين موارد المهنيين و«الهواة». يرغب روزن أن يقترح المواطنون أفكارًا لتغطيات إخبارية ويقدمون التبرعات لتمويل أخبارهم التي يَرَوْنَ أنه ينبغي تغطيتها. سوف يظل محررو نيوأسينمنت دوت نت يتصرفون كالحراس الذين سينتقون المراسلين لتنفيذ المهمة، لكن سيظل الصحفيون المواطنون مشتركين:

> لو كان بمقدوري تحسين الموقع، وجلب التمويل، والعثور على أشخاص يعرفون كيف يشتغلون وفقًا لنمط أكثر انفتاحًا، لكانت نيوأسينمنت دوت نت نموذجًا للصحافة بدون وسائل الإعلام. هذا هو الجزء الرائع. إذا توافر لديك مراسل + هاتف ذكي + محرر بحوزته تمويل، ستحصل على خبر لم تقدِّمه الزمرة الصحفية أو لا ترغب أو لا تستطيع تقديمه. (جاي روزن، نيوأسينمنت دوت نت)[59]

لم يتوقع روزن أن يتحدى مشروعُه كبرى المنافذ الإعلامية. يقول إنها محاولة «متواضعة» لرؤية أي شكل من أشكال تعهيد الجماهير وجمع التبرعات البديل هو الذي سينجح. لكن بغضِّ النظر عن المصدر، فيما يلي بعض من المبادئ أو نماذج العمل التي سوف تستخدمها الصحافة الشبكية.

التسليم بالتقادم

ليس هناك ما يفسر احتياجنا إلى الكثير من الصحف أو القنوات التليفزيونية؛ فالعديد من الأفراد لا يملكون سوى عدد محدود من الساعات في اليوم. تؤدي المنصات الإعلامية الرقمية إلى توفر عدد هائل من الاختيارات، لكنها ليست وفرة غير مشروطة. ذُكِرَتْ أسباب كثيرة توضح لماذا سيزيد الطلب على الصحافة، لكن ثمة أسباب وجيهة تبرر شغل الأفراد وقتهم بممارسة أنشطة أفضل. لطالما كان المستهلك ملكًا، لكن بمقدوره الآن اختيار مملكته أيضًا.

اجتذاب المجتمعات

لا يوجد مكان لن تطوله يد الصحافة الشبكية. بالقرب من مكاتبي في لندن، تجد شارع فليت خاليًا الآن من الصحف؛ فقد انتقلَتْ إلى مكان آخر الآن للاستفادة من التكنولوجيا الجديدة، وإذا سِرت مسيرة خمس دقائق في الاتجاه المعاكس نحو حي كوفنت جاردن أتعثَّر في المكاتب الأنيقة لمجلة ذا ليدي التي لم تنتقل من مكانها منذ تأسيسها عام ١٨٨٥.[60] إنها بقايا عصر مضى، بما تتضمنه من إعلانات مبوَّبة عن مربيات أطفال يُخصَّص ما تجلبه من أموال لدعم افتتاحيات المجلة عن البستانيين العاملين في الحدائق الملكية، ولها جمهور من القرَّاء الميسوري الحال من النساء في أواخر مرحلة منتصف العمر بجنوب شرق إنجلترا. هي مجلة كلاسيكية موجَّهة لقطاع معين من السكان وغير متصلة بالإنترنت، وهي توشك على الاندثار في هذا العالم الرقمي. وتؤكد رئيسة تحريرها أرلين يوسدن على أن معدل التغير بطيء قائلة:

> إن إدارة المجلة متحفظة التوجهات؛ لذا كنا على الأرجح آخر مجلة في بريطانيا تستخدم الكمبيوترات في الإنتاج. عندما التحقت بالمجلة أول ما التحقت منذ ١٦ عامًا للعمل رئيسة تحرير، لم يكن لدى القسم التحريري حتى جهاز

فاكس. قبلت المجلة الدفع عن طريق بطاقات الائتمان مؤخرًا من أجل الإعلانات فحسب. (أرلين يوسدن، رئيسة تحرير، ذا ليدي)[61]

لكن توجد الآن نسخة إلكترونية من ذا ليدي على الإنترنت، بل ويوجد عليها مقطع الفيديو الأصلي لآخر حدث أقامته لقرَّائها بفندق هيلتون والدورف. على الرغم من نهجها التحفُّظي وثقافتها العتيقة الطراز، فإنه يبدو في نظري أن مجلة ذا ليدي جاهزة للصحافة الشبكية؛ فهي فعليًّا تدعو قرَّاءها بالفعل لتناول الغداء ومناقشة موضوعات أدبية وتقدِّم لهم خدمة العثور على مربيات من خلال إعلاناتها المبوبة، ولها مجتمع يتألف من ٤٠ ألف شخص مخلص لها يشاركها قيمها. هؤلاء هم الأشخاص الذين يُمضون حياتهم في تواصل، وهم يتمتعون بفصاحة وثقافة تكفي لإنتاج محتوًى، فأولًا وأخيرًا، أوائل المستهلكين للإنترنت اليوم سيصبحون غدًا المستخدمين المنتظمين للإنترنت من كبار السن.

التنويع

تتيح الصحافة الشبكية لشركات الإعلام الدخول في أنشطة أخرى على الإنترنت مثل السفر والبيع بالتجزئة. ولطالما كانت المؤسسات الإعلامية الموثوق فيها تفعل هذا إلى حد ما، عبر أنشطة مثل نوادي المسافرين في الصحف المحلية، وأرى أنه ليس هناك ما يمنع استغلال الإعلام الإلكتروني على الإنترنت لقاعدته من العملاء/المساهمين. أرى أن هذا مشابه لنظام المتاجر الكبرى متعددة الطوابق؛ فمن الممكن أن تباع الصحافة في أحد الطوابق لبعض الأشخاص دون أن يؤدي بيع منتجات أخرى للأشخاص أنفسهم في أماكن أخرى من المتجر إلى إضعاف قيمها الأساسية بالضرورة. يبدو المجتمع الذي تبنيه الصحافة مهدورًا بشدة إذا قدَّم له خدمة واحدة فقط.

التخصص

تخلق المجالات غير المطروقة أملًا للأقلية من الشركات الإخبارية، ومثالي المفضل على هذا هو ريك واجهورن.[62] كان واجهورن كاتبًا في قسم الرياضة في جريدة محلية وقد اتجه إلى الإنترنت عندما بدأت الصحيفة التي كان يعمل بها في تسريح الصحفيين. أنشأ ريك موقعًا على الإنترنت مخصصًا لنادي نورويتش سيتي، وهو نادي كرة قدم محلي متواضع

المستوى لكن له عشرات الآلاف من المعجبين، فبمساعدة مندوب دعاية وإعلان سابق في الصحيفة أنشأ ريك نشاطًا تجاريًّا من خلال الإعلانات على الموقع، والآن جدد ريك الموقع ويبيع حق امتياز الموقع في أنحاء المنطقة. لم يَصِرْ ريك من أغنى الأغنياء، لكنه أنشأ موقعًا رائعًا، مكَّنه من كسب الدخل اللازم للمعيشة. هو دخيل على عالم الإعلام يستغل وضعه على الإنترنت ليسبق وسائل الإعلام التقليدية في تقديم الأحداث وللتفاعل مع قرَّائه. لكنه أيضًا صحفي مهني يدفع المال من أجل الحصول على تصريح صحفي للدخول إلى النادي:

> في هذه المرحلة من حياتي الناشئة على الإنترنت، لا أستطيع الزعم أنني أحقق أرباحًا هائلة من هذا النوع من العمل الصحفي؛ ومع ذلك فبتوالي الأشهر أُدرك أننا نسير في الاتجاه الصحيح. وقد أفادني أنني لست مضطرًا إلى تحمل تكاليف فريق عمل في الصحافة المطبوعة، ولا رواتب سائق عربة التصوير والصبي الذي يوصل الصحف إلى المنازل. لكنْ هناك أمران مؤكدان: لا يزال لدى القرَّاء نَهَمٌ كبير لقراءة تعليق جيد موثوق المصدر عن أي موضوع يمس شَغَفهم؛ وإن أفضل صديق للصحفي في أي مكتب إعلامي هو مندوب الدعاية. (ريك واجهورن)[63]

إن معرفة واجهورن الوثيقة بمجال معين، وموقعه الممتاز، ومدونته الرائعة، وما كوَّنه من مجتمع متفانٍ، يجعلون منه صحفيًّا شبكيًّا.

توجه شديد المحلية

مع أن الإنترنت قد يكون عالميًّا من حيث الوصول إلى الناس، فإنه يمكن أن يكون أيضًا «شديد المحلية». غير أن تجارب أخبار الإنترنت المركزة في مستوًى شديد المحلية لم تكن كلها ناجحة. في الولايات المتحدة أُغلق مشروع باكفينس[64] وهو دليل على الإنترنت لمواقع خاصة بالمجتمعات المحلية على رغم من استثمار ٣ ملايين دولار فيه. ثمة مشكلة واضحة تتلخص في أنه إذا استهدفْتَ بضعةَ شوارعَ أو حتى جزءًا من مدينةٍ، فإنك بذلك تحدُّ نفسك بجمهور ضئيل قد لا يستطيع أن يدعم ولو موقعًا على الإنترنت. لكن هناك أيضًا

مشكلة أن الأشخاص قد لا يَرَوْنَ أنفسهم جزءًا من مجتمع جغرافي يسهل تعريفه، فكما يشير المدوِّن والمحاضر جيف جارفيس:

> بعد تجريب جانب من كل شيء في المجال شديد المحلية، صرت مقتنعًا بأن هذا لن يحدث إلا في حال الجمع ما بين تلك النماذج المتعددة؛ حتى يمكن للأشخاص الانضمام إلى ما يريدون الانضمامَ إليه أيًّا كان، وبالإجابة على الأسئلة الآتية: ما مقدار الأخبار التي سوف يعدُّها أعضاء من المجتمع ويشاركونها؟ ماذا يحتاجون ليفعلوا هذا؟ ماذا يحفزهم؟ كيف يمكن للمؤسسات الإخبارية المحلية أن تمكِّنهم وتشجعهم؟ ... يقوم التوجه المحلي على الأشخاص، ووظيفتنا ليست أن نقدم محتوًى أو منتجًا، وإنما أن نساعدهم على الاتصال بالمعلومات وببعضهم بعضًا. (جيف جارفيس)[65]

واحدة من المحاولات التي أُجريت في لندن هي سازرك نيوز التي تجمع ما بين صحيفة محلية أسبوعية غير مجانية وموقع ويب. أخبرني مؤسسها ورئيس تحريرها كريس مولاني أنهم يكافحون للبقاء في واحدة من أكثر الأسواق الإعلامية تنافسية في العالم، لكن ما أذهله هو من أين تأتيه المنافسة:

> نحن صحيفة محلية يُوزع منها ١٠ آلاف نسخة في واحدة من المقاطعات الإدارية بمدينة لندن التي تأوي مجموعة منوعة من الناس في مناطق مختلفة من جسر لندن ومقاطعة سازرك إلى أحياء بيرمندزي وبيكام ودوليتش، وقد ظننت أننا شديدو المحلية. لكن تبيَّن أن هناك محلية أكثر من ذلك في منتديات ومدوَّنات رسائل المجتمع، وهي تهديد حقيقي ومفاجأة لي؛ ففي مجالس ومنتديات رسائل المجتمع هذه يروق لكثير من الناس القراءة عن أخبار مجتمعاتهم ومشاركتها. (كريس مولاني، رئيس تحرير سازرك نيوز)[66]

يشير هذا على ما يبدو إلى أنه مع كل المنافسة الآتية من الصحف الحرة بالمدينة، فإن السوق المحلي أو شديد المحلية سيكون مكتظًّا بنفس قدر المشهد الوطني. إن كان مقدرًا للصحافة النجاة على هذا المستوى، إذن فهي تحتاج أن تكون متعددة المنصات وكاملة الاتصال؛ تحتاج أن تكون شبكية.

التواصل الاجتماعي

أدرك القائمون على الإعلانات بالفعل أنه يتعيَّن عليهم إقحام أنفسهم في محادثات وعلاقات مع الأشخاص على الإنترنت. هذا هو ما يطلِق عليه طارق كريم مؤسس موقع نتفايبز[67] «التنقيب عن الانتباه». إعلانات الفيديو التي تنتشر سريعًا هي أكثر نجاحًا من إعلانات اللافتات لأنها تدمج المستهلك في نشاط بمقدورهم مشاركته، ويبدو مثل كل الأشياء النافعة الأخرى على الإنترنت. لطالما اجتهد الإعلام الإخباري في وضع حواجز غير مرئية بينه وبين بقية وسائل الإعلام. لكن هذا غير قابل للاستمرار على الإنترنت فهو لا يملك — باستثناء العلامات التجارية العملاقة في عالم الأخبار مثل البي بي سي ونيويورك تايمز — الحضور الذي يؤهله لجذب مستخدمين كافِين. لا أرى هنا أية صراعات صحفية. معظم المؤسسات الإعلامية الإخبارية توسعت بالفعل لتشمل صحافة الفنون والرياضة ونمط الحياة. هي مسألة ربط نمط الحياة بالصحافة. هناك دائمًا تكنولوجيات جديدة على الإنترنت مثل «الأدوات الذكية»[68] التي تعزز هذا النوع من الاتصالية مما يتيح للصحافة أن تُقحم نفسها كنوع من الوصلات التشعبية في كل أشكال الحوارات الأخرى على الإنترنت. على سبيل المثال، تستطيع الصحف المحلية أن تقدِّم أدوات ذكية تقدِّم صورًا تغطي أحداثًا تُقام بالأحياء السكنية. حينئذٍ إذا حضر الأشخاص الحدث وكتبوا عنه على مدونتهم أو صفحتهم الشخصية على ماي سبيس أو فيسبوك، فبإمكانهم الاستعانة بمجموعة من الصور التي التقطتها الصحيفة وتتصل بموقعها الإلكتروني على الإنترنت بحيث يتمكن الأفراد من ابتياع نسختها المطبوعة أو تنزيل ملفات الصور.[69] لدى فيسبوك فعليًّا فريق «قضايا» الذي يساعد في تيسير عمل الأشخاص الذين يديرون حملات، إذن لماذا لا يملك فريق «صحافة» يسهل الصحافة الشبكية؟

(٧) الصحافة الشبكية والخدمة العامَّة

> إذن هل تضطلع وسائل الإعلام بمسئولية توعية جمهور الناخبين في عصر فيض المعلومات؟ الجواب نعم بلا ريب، مثلما تَضْطَلِع المدارس والاتحادات والكنائس والأحزاب السياسية وكل مؤسسة أخرى في المجتمع بمثل هذه المسئولية ... ومثلما يَضْطَلِع كل مواطن بمثل هذه المسئولية نحو نفسه ونحو

أخيه المواطن. إلا أن الإعلام يَضْطَلِع بمسئولية عاجلة وأكثر إلحاحًا ... هذه المهمة هي تجديد العمل الإعلامي بحيث يمكنه الاستمرار في دعم الصحافة عالية الجودة الضرورية للغاية لعملية توعية الناخبين. كل شخص له مصلحة في هذه المهمة ... لأنه إن أخفقنا فيها، فإن أي نقاش حول مسئولية الإعلام في توعية أي شخص لن يتعدى كونه جدلًا أكاديميًّا. (مايكل أورسكس، رئيس تحرير إنترناشونال هيرالد تريبيون)[70]

رأينا بالفعل الكيفية التي تهدد بها التطورات الرقمية صحافة الخدمة العامَّة. إن الصحافة الشبكية هي طريقة للحفاظ على بقائها في العصر الجديد، وأورسكس محقٌّ في تعريفه للمبرر السياسي؛ ففي نهاية المطاف الأشخاص لديهم اختيارات فيما يتعلق بالطريقة التي يُدار بها المجتمع، وبإمكانهم اختيار وسائل إعلام أفضل إن شاءوا. لم تكن الصحافة بارعة بما يكفي في توضيح تلك الأسباب من قبل، ويتعيَّن عليها بذل المزيد من الجهد للتسويق لدورها في المجتمع لدى العامَّة.

لكنه محقٌّ أيضًا في قول إنه يتعيَّن على العمل الإعلامي تجديد نفسه. ثمة نوعان من صحافة الخدمة العامَّة. أولًا، الهيئات المستفيدة مباشرة من الدعم العام مثل الإذاعة الوطنية العامة بأمريكا أو البي بي سي. ثانيًا، هيئات خاصة تقدِّم محتوى خدمة عامَّة. وكلا النوعين في حاجة إلى تبنِّي النموذج الشبكي إن كانا سيتحملان نوع المسئولية الأخلاقية التي يراها أورسكس وظيفة أساسية للإعلام في المجتمع المتحضر.

البي بي سي هي أكبر مثال في العالم على الصحافة التي تموِّلها الجماهير، وهي الأكثر تمتعًا بالحماية. اتجهت البي بي سي إلى الإنترنت بثقة كبيرة بل وتمكنت من توصيل محتواها إلى قاعدة أكبر من الناس على مستوى العالم، وتتمتع خدماتها الإخبارية بمستقبل مزدهر على المدى المتوسط بفضل اتفاق التمويل مع الحكومة البريطانية الذي أصبح موضع حسد شركات الإعلام التجارية في كل أنحاء العالم. يعني هذا أنه يتعيَّن عليها اتباع سياسة الترشيد بالاستخدام الأمثل للموارد لكن هذه مسألة تخص إدارة مضطرة إلى تحديد أولوياتها.

تملك البي بي سي بالفعل واحدة من أكثر عمليات الصحافة الشبكية تطورًا ونجاحًا في قلب غرفة أخبارها العملاقة بغرب لندن. بعيدًا عن الأعين وخلف المكاتب المكشوفة الشاسعة والاستوديوهات التي تئوي عملية البث الرئيسية يقع مركز المحتوى الذي يُعدُّه المستخدم، ويضم فريقًا مكونًا من ١٥ صحفيًّا يتولَّون معالجة الكم الهائل من

المواد التي يرسلها الجماهير إلى البي بي سي. معظم هذه المواد يجري ترشيحها عبر موقع البي بي سي «أَدْلِ برأيك» Have Your Say. بدأ كل هذا بالتسونامي الآسيوي في ديسمبر عام ٢٠٠٤ حيث انهالت عليهم الرسائل الإلكترونية والصور من الأشخاص الذين شهِدوا الكارثة، واستخدمت قناة البي بي سي نيوز مؤخرًا محتوًى من إعداد المستخدمين في نشراتها عن حادث إطلاق النار بجامعة فيرجينيا، ومحاولات تفجير مطاري هيثرو وجلاسجو، والفيضان الذي حدث مؤخرًا في أنحاء كثيرة من إنجلترا، بل وتعاونت مع جوجل في تقديم خريطة تفاعلية أتاحت لقرَّائها النقر عليها من أجل تتبُّع الصور ومقاطع الفيديو التي يرسلها المواطنون الذين تأثروا سلبًا بالفيضان.

يجمع المركز المعلومات ويتحقق منها من خلال الممارسة الصحفية المألوفة المتمثلة في الاتصال وتقصِّي الحقائق. يُسفر هذا عن إيجاد شهود أحيانًا ما تستخدمهم البي بي سي في بقية تغطيتها الصحفية. كما يؤدي إلى اكتشاف أخبار جديدة. في المملكة المتحدة عام ٢٠٠٦ وصل خبر عن بنزين مغشوش من خلال مركز المحتوى الذي يعدُّه المستخدمون. نفى بائعو البنزين وجود أية مشكلات، بَيْد أن مركز المحتوى الذي يُعدُّه المستخدمون استطاع العثور على عدد كافٍ من السائقين الذين تعطلت محركات سياراتهم لإثبات صحة الاتهامات. يسهِّل مركز المحتوى الذي يعدُّه المستخدمون للبي بي سي الاتصال بمجموعات يصعب الوصول إليها مثل الأعضاء السابقين في القوات المسلحة. أُلحق بتحقيق عن جنود سابقين عانَوا من أمراض عقلية بعض الشهادات التي حركت المشاعر على موقع «أدلِ برأيك»، والجماهير تبادر من تلقاء نفسها بالتفاعل مع الموقع، كما توضح رئيسة تحرير قسم الصحافة التفاعلية بالبي بي سي فيكي تايلور:

> عندما وقع الهجوم الإرهابي في مطار جلاسجو، وصلت الصور من المتفرجين إلى مركز المحتوى الذي يُعدُّه المستخدمون الخاص بالبي بي سي بعد وقوع الحادث بثلاثين دقيقة وظهرت على البث المباشر للبي بي سي أو مواقعها بعدها بفترة وجيزة. نحن نتسلم نحو ٢٠٠ ألف رسالة شهريًّا ويصلنا نحو ١٢ مليون صفحة شهريًّا تعجُّ بالانطباعات حول المناقشات الدائرة. (فيكي تايلور، رئيسة تحرير، قسم الصحافة التفاعلية بالبي بي سي)[71]

قاد هذا إلى إدخال تكنولوجيا جديدة مثل البرامج التي تجلب كل المحتوى إلى بقعة واحدة؛ حيث يُعرض في صورة أيقونات صغيرة وتُفصل مقاطع الفيديو الصوتية والصور إلى

مكانين منفصلين، ثم تُوضع في ملفات وتُعلم من أجل الاستخدام المستقبلي. على أن ماثيو إلترينجهام، مساعد رئيس التحرير بالمركز، كان واضحًا بشأن أن البي بي سي هي اسم صحفي موثوق فيه وأن بثَّ المحتوى الذي يُعدُّه المستخدمون على الهواء مباشرة لا يعني أن هذا المحتوى يُفلت من الرقابة الصحفية.

> يظل يتعيَّن علينا أن نتحقق من كل شيء نستخدمه بنفس الطريقة التي يتعيَّن بها على الصحفيين التحقق من الشهادات أو المواد التقليدية. نحن نتحدث إلى الأشخاص الذين يتصلون بنا ونتأكد مما يقولونه. يلجأ الأشخاص إلينا لأننا البي بي سي ونحن موضع ثقة؛ ومن ثم لن نتنازل عن معاييرنا. (ماثيو إلترينجهام، مساعد رئيس التحرير بقسم الصحافة التفاعلية بالبي بي سي)[72]

بعض من الموالين بشدة لشبكة الإنترنت سينتقدون البي بي سي على هذه الرغبة في فرض الرقابة، لكن من الواضح أن البي بي سي تتيح فرصًا هائلة للجماهير ليكونوا جزءًا من البث ويضيفوا قيمة كبيرة للعملية الصحفية بالبي بي سي. عن قريب جدًّا سيتعَيَّن على البي بي سي إعادة النظر في التفرقة بين المواطن والصحفي.

انتهجت البي بي سي بالفعل عمليات الصحافة التفاعلية والأخبار الشبكية. غير أنها يمكن أن تكون أكثر نجاحًا بأن تتحدى ثقافتها دون أن تفقد قيمها. في سياق التاريخ، تبنَّت البي بي سي الرؤية المؤسسية لريث التي تجسد مفهوم بثِّ الخدمة العامَّة وفي الوقت نفسه تقاوم أي محاولة لتعميمه، فعلى الرغم من الجهود القصوى التي يبذلها مديرون ذوو نوايا حسنة، فإنها لا تزال تتبع نظامًا منغلقًا على ذاته. وتتيح الصحافة الشبكية للبي بي سي فرصة لمشاركة مواردها بطريقة أكثر انفتاحًا، وخليق بها أن تصير منسقةً ورائدةً لصحافة المواطن وإعلام المجتمع. سيعني هذا فقدان بعضٍ من سطوتها، إلا أنه لا يوجد ما يمنعها من مواصلة وظائفها الأساسية من تنقيةٍ وتنقيحٍ وإنتاجٍ، وفي الوقت نفسه التنازل عن بعضٍ من الرقابة الإدارية على كل الأنشطة التي تدعمها. قد يتضمن التنازل أيضًا انتقال بعض أموال دعم البي بي سي على إثر ذلك إلى المجتمعات المحلية أو المتخصصة. سيشبه هذا النموذج عملية إنتاج برامج البث الخاصة بالأحزاب السياسية الآن، لكن على مستوًى أكبر وأكثر نظامية. من النماذج الأخرى صندوق الإنماء العالمي التابع لإذاعة البي بي سي الذي ينتفع بالمهارات الإعلامية للمؤسسة بهدف دعم التطور الإعلامي حول العالم. تقدِّم البي بي سي الموارد التقنية لكن المُنتِج أو العميل

يساعد في تحديد المحتوى، وأي ثمن يُدفع لتخفيف ثانوي للرقابة الصحفية ستعوض عنه بسخاء القيمة طويلة الأجل التي يولدها الاندماج. لطالما تميزت البي بي سي في الاتصال بجمهورها في دوره كجمهور، لكن عليها الآن أن تدعوه إلى غرفة الأخبار. البي بي سي محظوظة في أنها تمتلك موارد هائلة لفعل هذا. غير أن جهات بثِّ الخدمة العامَّة الأخرى لديها دافع أكبر لفعل ذلك؛ لأنها لا تتمتع بالدعم المالي الناتج عن رسوم الترخيص؛ وبذلك فإن لديها دافعًا اقتصاديًّا إلى جانب الدافع الأخلاقي لتعزيز دورها الاجتماعي.

(٧-١) الخدمة العامَّة/القطاع الخاص

في بريطانيا يدور الآن جدلٌ حامي الْوَطِيس حولَ صميم طبيعة صحافة الخدمة العامَّة، فمع إيقاف تشغيل البث التناظري عام ٢٠١٢ سيتعيَّن على هيئة تنظيم الاتصالات البريطانية (أوفكوم) اقتراح طريقة مختلفة لتقديم الدعم المالي لوسائل الإعلام الإخبارية، وهو جدل له عواقب على المجال الإعلامي بأسره. تقدِّم أوفكوم ثلاثة أسباب رئيسية تدفعها للتفكير في إحداث ثورة في تمويل بثِّ الخدمة العامَّة:

- يقلل التحول السريع نحو استخدام التليفزيون الرقمي نسبة المشاهدة التي تحصل عليها جهات بثِّ الخدمة العامَّة التقليدية؛ ومن ثم تقل قيمة الطيف الترددي التناظري.
- يشاهد المتفرجون — ولا سيما الجماهير الأصغر سنًّا منهم — المحتوى بشكل متزايد على الإنترنت وبرامج الهواتف المحمولة، وقد بدءوا في الابتعاد عن التليفزيون التقليدي.
- سوف تؤثر التغيرات التي طرأت على سياسة الطيف الترددي على طريقة التمويل التي تتطلَّبها أهداف الخدمة العامَّة في المستقبل. (تقرير بثِّ الخدمة العامَّة الصادر عن أوفكوم.)[73]

قطعًا ينطبق أول سببين على العالم بأسره، وفي رأيي سينطبق هذا الرأي على كل الهيئات الإعلامية الإخبارية لسببين؛ أولهما، أنه مع حدوث تقارب بين وسائل التكنولوجية سنصبح كلنا بدرجات متقاربة جهات بثٍّ من نوع ما. وثانيهما، أنه في المشهد الإعلامي

الجديد من المفترض أن يدرك المجتمع قيمة صحافة الخدمة العامَّة من خلال الإعلام؛ ففي عالم الويب ٢,٠ فإن ما نقرؤه ونسمعه يحظَى بنفس أهمية ما نشاهده.

في المملكة المتحدة، الحل الذي تقدِّمه أوفكوم هو وجود «مقدِّم خدمة عامَّة»؛ فهي تُجري مشاورات حاليًّا حول أي شكل ينبغي أن يتخذَه مقدِّم الخدمة العامَّة، وتعدُ بأنه لن يكون أبدًا نقاشًا دمثًا؛ فالجميع في القطاع الخاص، بدءًا من قناة ديسكفري ووصولًا إلى ديلي تلغراف سيزعم أنه يسهم في بثِّ الخدمة العامَّة. إن كنت ستعرِّف الخدمة العامَّة على أنها تنوُّع ومصداقية في الأخبار، إذن فبكل تأكيد سيكون لسكاي نيوز الحق في ادعاء أنها تسهم في الخدمة العامَّة، وإن كنت ستعرِّفها على أنها رعاية للفنون في المجتمع، إذن فموقع الصحيفة المحلية الرائع نيوبيري توداي[74] الذي يقدِّم تقارير بالفيديو عن مهرجانات موسيقى الروك في القرى ينبغي أن يكون أهلًا لهذا الزعم! أيجب أن تكون الخدمة العامَّة إعلامًا إخباريًّا من الأساس؟

> بعض من خدمات مقدِّم الخدمة العامَّة لن تشبه البرامج أحادية الاتجاه على الإطلاق. على سبيل المثال، يستطيع مقدِّم الخدمة العامَّة تسخير الدروس المستفادة من الألعاب الإلكترونية في تطوير نماذج لتفاعل الجماهير الناجح؛ على سبيل المثال نظر قضايا متعلقة بالصحة والرفاهة الاجتماعية والانخراط السياسي والسياسة الاقتصادية. (تقرير بثِّ الخدمة العامَّة أوفكوم)[75]

أرى أنه في عصر الصحافة الشبكية يتعيَّن علينا التفكير على نطاق واسع في الخدمة العامَّة. لطالما كان التعريف الأساسي للخدمة العامَّة يشير إلى كونها تملأ الفجوات الناتجة عن فشل السوق. غير أن هذا تعريف سلبي في الأساس يبدو مفرط التبسيط في ظل ديمقراطية رقمية. الإنترنت في حد ذاته خدمة عامَّة؛ لأنه من حيث المبدأ هو هيكل مجاني للاتصال. علينا أن نقرر أيَّ نوع من الصحافة نريد، فسيظل السوق يقدِّم معظم المحتوى الصحفي. لكن حيثما لا يقدِّم السوق الصحافة، ينبغي أن تُؤسَّس الحجج الداعمة للخدمة العامَّة على الخدمات لا المؤسسات.

(٧-٢) الخدمة العامَّة، ديمقراطية شبكية

> لقد بدأنا نرى إمكانية حدوث ثورة حقيقية في تقديم الخدمات العامَّة من خلال تسخير الإعلام التفاعلي. كثير من الخدمات الحكومية تنزح إلى الإنترنت،

> وتتطبع في تلك الأثناء ببعض من السمات التي ربما كانت في وقت مضى حكرًا على بثِّ الخدمة العامَّة. ينطبق هذا بالأكثر على الأنشطة الثقافية؛ مثل قطاع الفنون والمتاحف والمعارض التي تتخطى في كثير من الأحوال كونها مجرد منفذ للأعمال الفنية الثقافية لتنتقل إلى إطار ترى فيه الكثير من المؤسسات أن تيسير التعلم والفهم والمشاركة هي مهام من صميم مهامها أكثر من أي وقت مضى. تقدِّم تلك النماذج وغيرها أسبابًا قوية تُبرر رغبتنا في تقديم المزيد من الحجج الداعمة لبث الخدمة العامَّة وإعادة تقييمها في ضوء الظروف المتغيرة من خلال تناولها في السياق الأكبر لعملية تقديم الخدمات العامَّة ككل، وتقليل المكانة المميزة التي منحناها لوسائل الإعلام العامَّة فيما مضى. (أنطوني ليلي، شركة استشارات ماجيك لانترن)[76]

على صحافة الخدمة العامَّة الجديدة أن تكون جزءًا من اتفاق ديمقراطي جديد بين الدولة والمواطن. يتضمن هذا إدراكَ أن الصحافة أو وسائل الإعلام الإخبارية على مشارف إدراك الإمكانيات التي ينطوي عليها التعريف بوسائط الإعلام على نطاق أوسع، وسأتناول هذا في فصل لاحق. لكن كما يقول ليلي، إن صميم طبيعة إعلام الخدمات العامَّة آخذ في التغيير. الحوكمة ذاتها بدأت تنتقل إلى شبكة الإنترنت، والثقافة والتعليم العامَّان يتوجهان إلى الإنترنت. نرى الكثير من هذه التحولات في المستويات الدنيا من البناء الهرمي الإعلامي، وهي تتحرك من القاعدة إلى أعلى. الصحافة الشبكية هي أكثر ديمقراطية بطبيعتها، وهي طريقة لقياس الخدمة العامَّة وتقديمها أينما ظهرت حاجة إليها، فبدلًا من تقديم دعم مالي للمهنيين والمؤسسات الإعلامية، يمكن للمجتمع أن يصرَّ على مشاركة الجمهور في هذه العملية.

ثمة فوائد أخرى لصحافة الخدمة العامَّة الشبكية:

- تسمح للجمهور بالمشاركة في العملية؛ فإن لديه حصة جزئية من الملكية؛ ومن ثم سوف يتحمَّل المسئولية.
- يمكن تقديم صحافة الخدمة العامَّة بتكلفة أرخص. سوف تقدِّم الجماهير محتوًى لكن سيكون من الأسهل أيضًا توجيه المحتوى نحو مجتمعات معينة في حاجة إليه.

- ستكون أكثر انفتاحًا لتلقِّي التمويل من مصادر الأخرى مثل المؤسسات، وخطط المسئولية الاجتماعية للشركات، وأجهزة الحكم المحلي لأن هناك اشتراكًا مباشرًا للعامة.

تنزح صحافة الخدمة العامَّة بالفعل بعيدًا عن مواقعها التقليدية، وبالفعل ستجد أن الصحافة الجادَّة المطوَّلة بدأت في التوسع إذا وضعت في حسبانك السوق النامية للكتب غير الروائية التي تعالج موضوعات محددة؛ ففيما مضى كان الصحفي الجاد يقضي شهورًا في بعض الأحيان في بحث وكتابة مقال سوف يشغل جزءًا من مجلة، أو فيلم تسجيلي مدته نصف ساعة، والآن هو يكتب كتابًا، وفيما مضى كانت الجمعيات الخيرية تنفق المال على العلاقات العامَّة، والآن تتطلع المؤسسات باطِّراد نحو تمويل الصحافة مباشرةً لتعزيز المعرفة حول قضيةٍ ما أو تعزيز المعرفة بصفة عامَّة. هكذا يجري دعم موقع الصحافة شبه الأكاديمية أوبن ديموكراسي دوت نت Opendemocracy.net. أخبرني المدير التنفيذي لهذا الموقع الصحفي توني كيرزون برايز أنهم شركة تعمل في مجال الخدمة العامَّة:

> لدينا ٣ ملايين مستخدم مختلف في العام، وما ينشده هؤلاء المستخدمون هو الأصالة. أحد أكثر الأمور إثارة هو أنه عندما يقدِّم الناس لنا المال يقولون «يتم التلاعب بالإعلام؛ ومن ثم نحتاج أن نقدم لكم المال.» أفضل تعليق سمعته كان من شخص قدَّم لنا ٥٠ دولارًا زاعمًا أننا «الموقع المجاني الوحيد الذي يستحق أن ندفع له المال». لدينا أشخاص مطلعون في جميع أنحاء الموقع ممن لديهم أفكار وآراء، ولدينا ٣ ملايين عقل مفكر يهتم بما نقدمه. يتمثل نموذج العمل في أننا نُوصِلُ هذه الأفكارَ لتلك العقول. هؤلاء الثلاثة الملايين شخص هم المكافئ للمعلنين وسوف يدفعون أموالًا أكثر. يغطي ١٠ «أفراد» ٩٠٪ من نفقاتنا؛ هم في الأساس مؤسسات بالولايات المتحدة. هذا نموذج تجاري؛ لأنه يوفر رواتبنا أنا وآخرين كثيرين، بل ويغلب عليه الطابع التجاري بشدة لأننا نبيع العقول للمؤسسات. (توني كيرزون برايز، المدير التنفيذي لأوبن ديموكراسي دوت نت)[77]

هذه ليست سوى إحدى سبل المضيِّ قدمًا نحو إعادة تعريف إعلام الخدمات العامَّة من خلال نموذج الصحافة الشبكية. لكنني أزعم أن الصحافة ككل هي خدمة عامَّة. تتيح الصحافة الشبكية لوسائل الإعلام الإخبارية كافة التأكيد على دورها الاجتماعي حتى عندما لا تحلُّ منتجاتها صراحة مشكلة قصور السوق. لكن الصحافة الشبكية بإمكانها أن تفعل ما هو أكثر من ذلك بكثير.

رأينا أن الصحافة الشبكية هي طريقة لتعريف الشكل الأحدث لوسائل الإعلام الإخباري في التاريخ، ورأينا الكيفية التي تختلف بها عما مضى، وأوضحت أنها يمكن أن تكون مربحة وأن تولِّد قيمة للعامة؛ ولهذا السبب أرى أننا يمكن أن نكون متفائلين ونزعم أننا على وشك أن نشهد ما يشبه الإعلام الخارق، ولهذا السبب تستحق الصحافة الإنقاذ. في الأقسام التالية من الكتاب أود تناول كيف يمكن أن تنقذ الصحافة العالم؟ وماذا تستطيع أن تفعل الصحافة من أجل السياسة في عصر يكون فيه الإرهاب والمجتمع في غاية الأهمية؟ أود أيضًا استطلاع الكيفية التي لا بد أن يتغير بها فهمنا للتنوع والوعي الصحفيين كي ندرك النموذج التقدُّمي لصحافة أكثر اتصالًا وشمولية وعالمية.

ملخص الفصل

- الصحافة الشبكية هي مزيج من صحافة المواطن والصحافة «المهنية» التقليدية.
- تستخدم الصحافة الشبكية تكنولوجيا الإعلام الجديد على حدَة أو بمعيَّة الممارسات التقليدية.
- تتمحور الصحافة الشبكية حول عملية أكثر انفتاحًا ومشاركة أكثر مما تتمحور حول المنتج النهائي.
- تُبقي الصحافة الشبكية على الوظائف الصحفية الجوهرية من تنقية وتنقيح وإنتاج، وتؤدي الأدوار الصحفية الرئيسية من مراسلة وتحليل وتعليق.
- تستعيض الصحافة الشبكية عن الأنماط الهرمية والخطِّية للإنتاج والاستهلاك بتفاعل متعدد الأبعاد.
- تستخدم مجالات الاتصال المتعددة مثل مواقع الويكي والمدوَّنات وشبكات التواصل الاجتماعي.
- تمكن الصحافة من تخطي الحدود القديمة للزمان والمسافة.
- تمكن الصحفي من التفاعل الكامل مع كلٍّ من الجمهور والموضوع.
- تزيد الثقة والشفافية.

- تتيح للسوق الحر تطوير طرق مختلفة لممارسة الأنشطة الإعلامية.
- تطرح شكلًا جديدًا من صحافة الخدمة العامَّة التي يتم تعريفها وتطبيقها على نطاق أوسع؛ مما يؤدي إلى وضع اتفاق جديد بين المجتمع والصحافة.

الفصل الثالث

«ألن يمد أحدهم يد العون؟»

الصحافة الشبكية والسياسة

(١) مقدِّمة

> لطالما ساد اعتقاد — وقد كنت ممن اعتقدوا — بأن المساعدة كانت تلوح في الأفق؛ فأشكال الاتصال الجديدة سوف تطرح منافذ جديدة لتلافي النبرة الحادة والصاخبة للإعلام التقليدي. لكن في حقيقة الأمر يمكن أن تكون الأشكال الجديدة أشد خبثًا وأقل اتزانًا وأكثر انكبابًا على آخر نظريات المؤامرة أضعاف أضعاف المعتاد.
>
> (توني بلير، من حديث له كعضو في البرلمان)[1]

إن التغطية الصحفية لمجال السياسة هي أهم وظيفة للصحافة؛ فهي الكيفية التي تتحدث بها المجتمعات عن السلطة، فمَنْ غير الإعلام الإخباري يُمَكِّنُنا من إجراء نقاش ذي مغزًى خارج نطاق مجتمعنا المباشر؟

سأستطلع في هذا الفصل الطريقة التي تغيِّر بها الصحافة الشبكية بنود هذا النقاش، وكيف يمكنها أن تفعل ذلك في المستقبل.

ثمة قصور ديمقراطي كبير في أنحاء كثيرة من العالم؛ فقد شهدنا في الثلاثين سنة الماضية توسُّعًا في الأنظمة الديمقراطية التمثيلية في الجزء الأكبر من الكوكب، ومع ذلك فيبدو أن مجال السياسة في أزمة. إن شرعية الساسة واندماج المواطنين موضع تشكك

كبير. وفي عصر «الوساطة السياسية»، وفي «القرية الكونية»[2] المزعومة، يقع الجدل بشأن هذه الفجوة بين الوضع المثالي والواقع على نحو متزايد في قلب الإعلام الإخباري ذاته. يعجِّل توسعُ الإنترنت والاتصالات الرقمية هذا الاتجاهَ؛ فهما يقدمان على ما يبدو فرصًا متزايدة لتقديم خطاب ديمقراطي مُحسَّن؛ وعليه تتطلع المؤسسات لمزيد من الاستثمار في القدرة السياسية لوسائل الإعلام. إلا أن الإعلام الجديد — كما رأينا في الفصل الأول — يقدِّم أيضًا مسارًا لعزل وتفتيت المجال العام.

اتسم رد الفعل على هذا الوضع بشيء من الحماقة؛ ففي الوقت الحالي، الجزء الأكبر من سياسة الاندماج الجماهيري يسير في مسار عكسي. ثمة افتراض بأن السياسة التقليدية المعاصرة مهمة، ويبدو أن واضعي السياسات على قناعة بأن طريقتهم في العمل يمكن تعديلها بحيث ينخرط العامَّة في السياسة دون إدخال أية تغييرات جوهرية. يشبه هذا بشدةٍ الطريقةَ التي نظر بها ذات مرة الكثير من العاملين في مجال الإعلام التقليدي إلى عملائهم؛ فقد ساد شعور بينهم بأنه إذا جرى تجديد المنتج وتم استغلال الإعلام الجديد لتقديم منصات إعلامية جديدة؛ إذن فبكل تأكيد سوف يسترجعون جمهورهم. وفي حالتَي السياسة والإعلام، يُتجاهل هذا الاتجاه طويل المدى لدى الجمهور نحو الانفصال عن مجال السياسة التقليدي والتغطية الصحفية التقليدية. وكما أشرت في الفصل السابق، يتعيَّن على كلٍّ من مجال السياسة والتغطية السياسية الاتجاه إلى حيثما تتجه الجماهير، بل وفعليًّا ينبغي على الساسة والإعلام لعب دور ريادي في هذا الإطار. ويتقن الإعلام الإخباري هذا الدرس بسرعة كبيرة؛ تدفعه في ذلك الضروريات التجارية. يسير الساسة في هذا الاتجاه بسرعات مختلفة، لكن الكل لم يلحق بعدُ بمعدل التغيرات في سلوكيات العامَّة.

لا يعني هذا أنه كان هناك عصر ذهبي تميز باندماج العامَّة بقوة، عصر شهد مجتمعًا ديمقراطيًّا مثاليًّا فيه تشاركَ عامة الناس والساسة والإعلام مجالًا مشتركًا على قدم المساواة. ثمة العديد من الخرافات حول الصحافة الشعبية في الماضي. وتبالغ هذه الخرافات في قوة الإعلام ومدى تمكُّن الرأي العام من أن ينساب كقوة ديمقراطية مباشرة. على سبيل المثال، واحدة من الأساطير المسلَّم بها هي أن النشرات الإخبارية التي قدمتها الشبكات التليفزيونية الأمريكية قد غيَّرت بشكلٍ ما مسار أحداث حرب فيتنام. لكن في حقيقة الأمر، أُعِيدَ انتخاب الرئيس نيكسون في ذروة الحملة الإعلامية التي كشفت بشاعة تلك الحرب في جنوب شرق آسيا، وفي المملكة المتحدة هناك أسطورة

عن الصحف الشعبية (التابليود) الذكية مثل ديلي ميرور في ستينيات وسبعينيات القرن العشرين؛ فوفقًا لبعض الأشخاص مثل جون بيلجر[3] (الذي كان حاضرًا وقتها وخاض بعض الحملات الصحفية المبالغ في أهميتها)، كانت صحافة التابلويد قادرة على نحو فريد على إضفاء لمسة شعبية على الحملات الترويجية للسياسة اليسارية، وحتى لو وجد هذا العصر الذهبي لصحف التابلويد من الأساس، فمن المؤكد أنه كان قصيرًا وغير قابل للاستمرار. وكما ناقشنا في الفصل الأول، فلطالما كان وجود الفترات التي شهدت كون السياسات رفيعة المستوى والصحافة الجادَّة جزءًا حقيقيًّا من الثقافة الشعبية العامَّة موضع شك، بل ويُقال إنه في المجتمع التقدُّمي المفتوح، ينبغي أن تكون العلاقة بين الصحافة والسياسة والعامة في توتر وليست في حالة تصالح، فبمجرد أن تصبح العلاقة مستقرة؛ إذن فهي بالفعل في حالة اضمحلال.

وفي معظم البلدان الغربية في الوقت الحالي، لم تكن التغطية السياسية قط أكثر شمولية وتفصيلًا ومهنية كمثلها الآن؛ فأي شخص مهتم بوقائع الكونجرس أو وستمنستر أو بروكسل أو الأمم المتحدة فإنه يحصل على كل ما يطلب وأكثر؛ وكل هذا بفضل المعلومات على الإنترنت والقنوات الرقمية والقنوات الإخبارية التي تعمل على مدار ٢٤ ساعة. تقدِّم مواقع الويب السياسية الرسمية منها والمستقلة الآن كميات هائلة من البيانات الرئيسية. ثمة آلاف من المجلات المتخصصة على الإنترنت التي تقدِّم أبحاثًا وتفاسير حول جميع جوانب الأجهزة السياسية في العالم. لكن هذا يستهدف في المقام الأول الصفوة المندمجة سياسيًّا، والخوف هو أن تكون بقية السكان غير مبالين.

أصبح متاحًا للقطاع الأكبر من الناس كمٌّ من المعلومات السياسية أكبر من أي وقت مضى. يقدِّم الإعلام تغطية صحفية وتحليلًا وتفسيرًا فوريَّين للعملية السياسية أثناء حدوثها، ومع ذلك تشير معظم الدلائل إلى أن الناس يجدونها مَقِيتة. يمكن أن يعود هذا إلى أن الأشخاص أصبحوا أقل شغفًا بالسياسة التقليدية. بعد المشهد الرائع لنهاية الحرب الباردة ومرحلة التحرر الديمقراطي منذ عام ١٩٨٩ فصاعدًا، أصبحت الدراما السياسية أقل حضورًا على مسارحها الأساسية. بكل تأكيد لم ينتهِ التاريخ بعدُ، لكن التاريخ السياسي لم يعُد يصنعه قادة الأحزاب والحكومات بقدر ما تصنعه القوى الاقتصادية والاجتماعية والدينية والعرقية. بات الخبر السياسي في غاية التعقيد بالنسبة للصحافة السياسية التقليدية. تجتاز السياسة التقليدية في الكثير من البلدان الغربية مرحلة خمول حيث لا تبدو الانقسامات الأيدلوجية بالغة العمق. تميزت الانتخابات الرئاسية الفرنسية

لعام ٢٠٠٧ بمرشحين رئاسيين متناقضين بوضوح في الشخصية والسياسات، وكانت المشاركة الانتخابية مرتفعة. لكن هذا كان أمرًا استثنائيًّا ولعله كانت هناك مبالغة في الفروق بين المرشحين. في عصر تشوبه المخاوف بشأن المخاطر العالمية مثل الإرهاب والتغير المناخي، يمكن أن يبدو الخطاب السياسي الحزبي الضيق عقيمًا، وفي عصر يشهد تمتُّع الفرد بحرِّية ومسئولية شخصية أكبر، تبدو العملية السياسية التقليدية أكثر بعدًا عن حياتنا الواقعية وأقل أهمية لها. ليس هذا بالضرورة أمرًا سيئًا في حد ذاته؛ ففي الوقت نفسه، هناك أدلة على أن الأشخاص لا يزالون مهتمين للغاية بأشكال الأخرى للسياسة ويرغبون في التفاعل مع القضايا الكبرى، فثمة تصاعد في الأعمال الإنسانية والعطاء الخيري وتزايد في الانضمام إلى جماعات الضغط وحملات المصالح الخاصة.[4] الأمر لا يرجع إلى كون الناس أقل «اهتمامًا بالسياسة»، وإنما بالأحرى إلى أن السياسة التقليدية لا تتعامل مع القضايا الصحيحة بطريقة موثوق بها أو تمس أرض الواقع. مشكلة الإعلام التقليدي هي أنه لا يزال يقدِّم تغطية لهذا النوع من السياسة؛ وعليه تنطبق لا مبالاة العامَّة بالمجال السياسي وعدم ثقته به على الصحافة السياسية بالمثل. رغم ذلك لا بد أن يتحمل الإعلام نفسه جزءًا من اللوم أيضًا.

ثمة توقعات عالية جدًّا عن دور الإعلام في السياسة، وخيبة أمل كبيرة من الدور الذي يقوم به فعليًّا.[5] تساورني شكوك عميقة في بيانات الأبحاث المتعلقة بالثقة؛ فأرى أنه من الصعب جدًّا قياس الثقة، فما بالك بقياسها على مدار فترة زمنية! وأشك في أن الناس يعبِّرون عندما يتحدثون مع مستطلعي الآراء عن عدم ثقة تزيد عما يشعرون به فعليًّا؛ فقد أصبح النمط السائد الآن أن تظهر بمظهر المحنك الساخر. هذا نوع من الخمول الفكري إلى حدٍّ ما. لكن حتى إذا وُضِعَ هذا التحذير في الحُسبان، لا تبدو الاحصائيات جيدة. تشير استطلاعات الرأي إلى أن الثقة في الإعلام الإخباري قد انخفضت بمعدل الربع تقريبًا على مدار العَقْدين المنصرمين في الولايات المتحدة وأوروبا. وتشير بحوث مركز بيو إلى انخفاضٍ من ٨٠ في المائة إلى ٥٩ في المائة في درجة «تصديق الصحف». وبالمثل، كانت شبكات التليفزيون تنعم بثقة تصل إلى حوالي ٨٠ في المائة. في حين أن أعلى نسبة ثقة في شبكات التليفزيون الآن تصل إلى ٦٦ في المائة. وبشكل أكثر دقة، ارتفع عدد الأمريكيين الذين يعتقدون أن إعلامهم متحيز سياسيًّا من ٤٢ بالمائة إلى ٦٠ بالمائة.[6] هذا نمط تكوَّن على المدى الطويل لكنه قابل للتغيير. وفي الواقع فاق عدد الأمريكيين الذين عبَّروا عن استحسانهم لتغطية انتخابات ٢٠٠٦ (٤٢ بالمائة) عدد

الأمريكيين الذين عبَّروا عن استحسانهم لتغطية انتخابات ٢٠٠٤ (٣٣ بالمائة)؛ فالثقة يمكن أن ترتفع مثلما تنخفض. وأعتقد أن ملخص التقرير الإعلامي لمركز بحوث بيو لعام ٢٠٠٦ عن الموقف الأمريكي ينطبق على المستوى الدولي:

> أفضل ما يمكن أن يُقال تقريبًا عن رأي الناس في الصحافة هو أن الموقف لم يَعُد آخذًا في الانخفاض بصفة عامَّة وبمعدل ثابت.
>
> يواصل الأمريكيون تقدير الدور الذي ينتظرون من الصحافة أن تلعبه، بل وإلى حدٍّ ما هذا التقدير آخذ في الزيادة.
>
> لكن عندما يتعلق الأمر بكيفية إتمام الصحافة لهذه المهام، فإن ثقة العامَّة تستمر في التهاوي.[7]

ليس بالضرورة أن تكون شكوك الجمهور المتزايدة في الإعلام السياسي والسياسة ذاتها شيئًا سيئًا. إن توجُّهًا تلقائيًّا نحو التشكك هو بكل تأكيد موقف صحي يتخذه المرء حِيالَ أولئك الذين يَعْتَلُونَ السلطة، سواء كانوا في الإعلام أو الحكومة، غير أنه يمكن أن يصير مدمِّرًا ومسببًا للشقاق إذا تحول إلى سوداوية قانعة ترفض بشكل تلقائي فكرة السياسة كجزء عقلاني وضروري من المجتمع البشري. ثمة حدود مادية لاندماج العامَّة في السياسة. هذا شيء كثيرًا ما يُغفله الساسة والصحفيون السياسيون. ليس الجميع لديهم نفس الرغبة في الانضمام إلى مجلس المدرسة أو التماس أصوات الناخبين، وبالمثل ليس كل الناس يريدون أن يُمضوا وقتهم في استهلاك صحافة تثقفهم سياسيًّا؛ فلدينا حياة لنحياها، غير أن الأرقام والتجارب العامَّة تخبرنا بكل وضوح أن نوعية الإعلام السياسي الذي لدينا والسياسة التي يحاول الإعلام تقديمها لا تتناسب وطموحات الجماهير. إذن يرنو الناس إلى صحافة سياسية أفضل، غير أن الإعلام التقليدي يفشل في تقديمها. تنشأ الفجوة في جزء منها بسبب انصراف الناس على نطاق أوسع عن الإعلام التقليدي الذي وصفناه في الفصل الأول. لكنها تنشأ أيضًا لأن كثيرًا من الإعلام السياسي التقليدي متحيز ومُحابٍ وسطحي حقًّا؛ فهو مهووس بالعملية السياسية والربح التجاري، وهو بصفة عامَّة يجهل ما يهتم به جمهوره ولا يعبأ به.

تقدِّم الصحافة الشبكية فرصة التصدي لهذه المشكلة. سيقول قائل إن التقنيات التكنولوجية الجديدة والظروف الاجتماعية الجديدة التي تغَيِّر الإعلام الإخباري تقدِّم فرصة أيضًا لتغيير السياسة. لا يتزحزح جو تريبي، المناصر القديم للحزب الديمقراطي

والمبشر بفوائد الإنترنت، عن هذا الموقف فيقول: «هناك أداة واحدة، ومنصة إعلامية واحدة، ووسيط إعلامي واحد يساعد الأمريكيين على استرداد حكومتهم، ألا وهو الإنترنت.»[8]

كيف يمكن أن تشكل فكرة الصحافة الشبكية هذه التطورات؟ نحن نشهد الآن بزوغ ثقافة متممة للتيار السائد للصحافة السياسية. هي تختلف عن الثقافات المضادة للإعلام التي عزلت نفسها عمدًا عن السياسة السائدة في الماضي أو قاومتها، وهي لا تشبه الصحافة السرية التي كانت موجودة في ستينيات القرن العشرين في الولايات المتحدة أو إعلام الساميزدات (مطبوعات سرية تُكتب بخط اليد) المحظور بالبلدان الشيوعية بشرق أوروبا قبل عام ١٩٨٩. كثيرًا ما تسعى الأشكال الجديدة للإعلام البديل إلى التأثير على التيار السائد بدلًا من تقديم نموذج منفصل كليةً، ولا يكون دائمًا محتواها، مقارنة بشكلها، متطرفًا سياسيًّا. لا أنكر أن الإنترنت يولِّد نماذج صحفية مضادة للثقافة بحق؛ لكنني مهتم هنا بالجزء الأكبر من صحافة الإعلام الجديد المستقلة الذي يتداخل مع الإعلام والسياسية التقليديين؛ لأن هذا هو المكان الذي تنشأ فيه الصحافة السياسية الشبكية.

يلعب الإنترنت بالفعل دورًا بارزًا في الحملات الانتخابية الأخيرة بالولايات المتحدة. الولايات المتحدة هي دولة غنية بالموارد، وهي أول من بادر بإدخال وسائل الإعلام الجديد؛ ومن ثم فما يحدث هناك هو أمر ريادي واستثنائي في الوقت نفسه، وهو يقدِّم لمحات عن المستقبل لا وصفات ينبغي اتِّباعها. أصبحت التغطية الصحفية والحملات الإلكترونية على الإنترنت عاملًا مهمًّا في الإعلام التقليدي وحملات الأحزاب الرئيسية، كما أتاح الإنترنت أيضًا خلق نظام النشاط السياسي المتمركز على الإنترنت والإعلام السياسي البديل. لكن هل يمكن وصف هذا بأنه صحافة شبكية؟ كون هيلاري كلينتون قد أطلقت حملتها عبر الإنترنت، لا يعني أن المدوِّنين أو موقع اليوتيوب قد أصبحا هما من يحدد التغطية السياسية الآن.

ثمة سيناريو معاكس في وستمنستر؛ إذ كثيرًا ما يرفض المدوِّنون السياسيون أية ادعاءات صحفية أو سياسية، ومع ذلك هم منخرطون عن كَثَب في التغطية الصحفية لسياسة البرلمان في المملكة المتحدة. هل سيشكل هذا نواة نوع جديد من الصحافة السياسية في المملكة المتحدة؟ تحرص السلطات على استخدام المنصات الإعلامية على الإنترنت كطريقة لتعزيز مشاركة الناخبين. أثمرت بعض التجارب الأخيرة مثل برنامج العريضة الإلكترونية لحكومة بريطانيا نتائج غير متوقعة. في المملكة المتحدة وأنحاء

أوروبا يوجَّه الكثير من المال لدعم فكرة أن الإعلام الجديد قد يحيي اهتمام العامَّة بالسياسة. لكن بدون فهم الكيفية التي يجب أن يصبح بها الإعلام الإخباري أكثر اتصالًا حقًّا بالعامة، فمن الصعب رؤية الكيفية التي يمكن أن ينجح بها.

والمحك النهائي للعصر الجديد من السياسة المنقولة إعلاميًّا هو ما إذا كان بمقدورها أن تلعب دورًا في تطوير المناطق التي تشح بها الموارد التكنولوجية. تتبنى أفريقيا الآن إعلامًا جديدًا لكن بالخطى والطريقة الملائمة لاحتياجاتها، لقد تحققت خطوات هائلة للأمام في الديمقراطية في أفريقيا في العقود الأخيرة، لكن لا تزال هناك أزمة مساءلة وحوكمة في الكثير من أنحاء القارَّة. ويعني الفشل في إقامة صحافة تعددية ناجحة أن دور الإعلام في التطور السياسي الأفريقي لا يزال كامنًا وليس مؤكدًا. هل يمكن أن يناسب نموذج الصحافة الشبكية العملية الإعلامية في أفريقيا؟ أولًا، دعونا نلقِ نظرة على تأثير أشكال الصحافة الشبكية في الولايات المتحدة الأمريكية.

(٢) الصحافة الشبكية والسياسة الأمريكية

لدى الولايات المتحدة أكثر الأنظمة السياسية وأقلها ديمقراطية في العالم؛ فهي توفر لأي شخص مستعد للتصويت أو الاشتراك في الحملات أفضل السبل للوصول إلى خيار سياسي حر. ومع ذلك يعني إضفاء الطابع المهني الاحترافي على السياسة الأمريكية أنها قد أصبحت خاضعة بشدة لهيمنة المال لدرجة أن السلطة تشعر أنها متأثرة بجمع التبرعات أكثر من تأثُّرها بالنقاشات السياسية. هذه هي الأمة التي رادت معظم التقنيات الحديثة لمساندة الحملات الانتخابية. خبراء العلاقات العامَّة، والإعلانات التي تنتقد الأحزاب الأخرى، ووحدات خاصة بدحض الادعاءات، كلها ظهرت أول ما ظهرت بين فرق الحملات الانتخابية بالولايات المتحدة. في عصر تُنقل فيه المعلومات عبر الإعلام، كثير من تلك الممارسات موجَّهة مباشرة صوب الإعلام. وبالتأكيد، أصبحت الأجهزة السياسية في الولايات المتحدة، من خلال الدعاية التليفزيونية السياسية، هي الإعلام، وما من شك في أن الإعلام الجديد هو جزء كبير الآن من هذه العملية. لكن السؤال المثير للاهتمام هو: هل الإعلام الجديد يغيِّر العملية؟ إجابتي على هذا السؤال هي «نعم» فيما يتعلق بالعمليات، و«قريبًا» على السياق العملي، و«ربما» فيما يخص المبدأ.

الأرقام مذهلة بالفعل، الولايات المتحدة هي أمة رائدة في تبنِّي التكنولوجيا الحديثة. وفقًا لمنظمة بيو تراست للأعمال الخيرية، في الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٠٤ تمتَّع

٤٢ في المائة من الأمريكيين بخدمات النطاق العريض،[9] واستخدم ٣٧ في المائة منهم الإنترنت للبحث عن معلومات سياسية،[10] واتصل ١٣ مليون فرد بالإنترنت لتنفيذ مهامَّ سياسية مثل التبرع لمرشحين.[11] وارتفع الإنفاق على الدعاية السياسية على الإنترنت من ٢٩ مليون دولار عام ٢٠٠٤ إلى ٤٠ مليون دولار في انتخابات التجديد النصفي لعام ٢٠٠٦. لكن هذا لا يزال يمثل ٢٪ فقط من إنفاقات الإعلام السياسي كافة — قارن هذا بالمليارَي دولار التي أُنفقت على إعلانات التليفزيون الأرضي. تشير فعليًّا الحملة الانتخابية لعام ٢٠٠٨ إلى أن تلك الأرقام ترتفع سريعًا، وسيقول نشطاء الإنترنت إن ثمة تأثيرات مختلفة تمارس عملها هنا. معظم هذه التأثيرات ستكون هامشية، لكن في عالم السياسة الهامشي هو المهم، فإذا كانت هناك بضع نقاط مئوية يمكن قلبها للطرف الآخر، إذن فمن الممكن أن تكسب حملة بأكملها أو تخسر قوة دافعة، وكما سنرى، فالمصوت المتأرجح هو الذي كثيرًا ما يقرر النتائج الختامية.

سيقول نشطاء الإنترنت أيضًا إن الطريقة التي يؤثرون بها على السياسة مختلفة تمامًا عن استخدام الحملات السابقة لوسائل الاتصالات؛ ففي الماضي كان هناك فرق ما بين الدعاية الانتخابية المباشرة التي يقوم بها الناشط المصوت وبين الدعاية الانتخابية التي يقوم بها الناشط الإعلامي؛ فقد كان عمل الأول ينطوي على توزيع المنشورات، والتماس أصوات الناخبين، وكتابة الخطابات، وتجميع بيانات الناخبين وحشدهم إلى الاجتماعات العامَّة. أما مهام الثاني فقد انطوت على الإعلانات التليفزيونية، وممارسة الضغط على الصحفيين، والظهور في وسائط الإعلام. يجمع الإنترنت الفئتين معًا؛ إذ يتيح البريد الإلكتروني، ومقاطع الفيديو على الإنترنت، ومواقع الويب، ومنتديات الويب للنشطاء، ونقل رسالتهم ثم الدخول في حوار مع المصوتين. يوفر الإنترنت للنشطاء فرصة سهلة لالتماس الأصوات والتحاور مع المصوتين دون الاضطرار إلى اللجوء إلى الإعلام التقليدي على الإطلاق.

بلا شك أروع مثال على ذلك هو مجموعة الضغط الليبرالية القائمة على الإنترنت «موف أون» وحملتها لتمكين هاورد دين من الترشح للرئاسة عن الحزب الديمقراطي في ٢٠٠٤. ما من شك في أن منتديات الويب مثل ذا ديلي كوس باتت الآن جزءًا من نسيج السياسة الأمريكية؛ حيث إنها قادرة على خلق الجدل وإدرار المال من أجل القضايا التي تتبناها.

ما يثير اهتمامي بالأخص ليس حركة البريد الإلكتروني الذي يتضمن دعوات لجمع التبرعات، إنما التفاعلية على الإنترنت الأكثر ارتباطًا بالمدوَّنات. من الصعب جدًّا فصلهما،

وبالتأكيد أحد الجوانب الشيقة للإعلام الجديد والسياسة هو الطريقة التي يمكن أن يمتزج بها كلٌّ من نقل السياسة وجمع التبرعات والمناقشات والتشهير العادي معًا من خلال تشابك وسائل اتصالات الإعلام الجديد. على سبيل المثال، سوف ينشر أحد النشطاء مقطع فيديو فاضحًا على موقع يوتيوب ثم يضع رابطه في رسائل بريد إلكتروني لجمع التبرعات، وعندئذٍ كل ما عليك فعله هو أن تقف متفرجًا وتنتظر حتى يلتقط الإعلام التقليدي الخبر.

(٢-١) عقدٌ من قوة المدوَّنات

هذا ليس جديدًا بالمرة؛ فالولايات المتحدة لها باع عمره عقدٌ من الزمن مع مواقع الإنترنت والمدوِّنين الذين يؤثِّرون على الصحافة السياسية. في يناير ١٩٩٨ نشر موقع دردج ريبورت خبر علاقة كلينتون بمونيكا لوينسكي. ورغم كونه خبرًا كان الإعلام التقليدي قد اكتشفه إلا أنه لم يُعلن عنه، كما يوضح المنشور الأصلي على الموقع:

> علم موقع دردج ريبورت أن المراسل الصحفي مايكل إيزيكوف قد أعدَّ أهم خبر في حياته المهنية، لكن إدارة صحيفة نيوزويك رفضت نشر الخبر قبلها بساعات، فتاة بالغة من العمر ٢٣ عامًا متورطة في علاقة جنسية مع حب حياتها، رئيس الولايات المتحدة الأمريكية منذ أن كانت متدربة عمرها ٢١ عامًا بالبيت الأبيض. كانت مونيكا زائرًا كثير التردد على مكتب صغير قريب من المكتب الرئاسي حيث تدَّعي أنها كانت تلبِّي رغبات الرئيس الجنسية. (مات دردج، دردج ريبورت)[12]

وفي ٢٠٠٥ استقال السيناتور ترنت لوت بعد التعليقات التي صرح بها وتتضمن تأييده للفصل العنصري، وكان قد صرح بتعليقاته الفعلية في حدث غطَّته قناة سي-سبان المدفوعة التي تغطي الأخبار السياسية. غير أن الإعلام التقليدي لم يتابع الخبر، وإنما تُرك الخبر للمدوِّنين أمثال إتريوس للتعبير عن استيائهم ولتقصِّي الحقائق وقرنها بالسياقات.[13] وكشف المدوِّنون عن مناسبات سابقة أبدى فيها لوت ملاحظات مماثلة. تحول هذا من تعليق طائش صدر مرة واحدة سهوًا إلى نمط سلوكي، وفي هذه اللحظة عاد المراسلون السياسيون إلى ساحة المعركة، وأُجبر لوت على سحب كلامه والاستقالة

من منصبه كزعيم أغلبية. لم «يَنل» المدوِّنون من لوت بمفردهم، لكنهم أَجبروا الإعلام التقليدي على القيام بدوره.[14]

هاجم المدوِّنون أيضًا الصحفيين أنفسهم؛ ففي سبتمبر ٢٠٠٤ استقال معلق الأخبار الشهير بقناة سي بي إس الإخبارية دان راذر بعد أن أثبتت المدوَّنات على ما يبدو أن خبرًا قُدِّم في برنامج «٦٠ دقيقة» (سيكستي مينتس) استند إلى أدلة زائفة غير مؤكدة فيما بات معروفًا بواقعة «وثائق كيليان». وتستحق التدوينة المنشورة على المنتدى الشبكي فري ريبابليك freerepublic.com القراءة بالكامل، ويبرهن مؤلفها «بكهيد» بكل وضوح على الكيفية التي يتيح بها الإنترنت للناشط استغلال معرفة «الهاوي» المتخصصة:

> كل مذكرة من هذه المذكرات مكتوبة بخط متناسب المسافات ربما باستخدام نوع الخط بالاتينو أو تايمز نيو رومان.
>
> في عام ١٩٧٢ استخدم الأشخاص الآلات الكتابة لمثل هذه النوعية من الوثائق، وكانت الآلات الكاتبة تستخدم خطوطًا ثابتة المسافات.
>
> لم يأت استخدام الخطوط ذات المسافات المتناسبة إلى حيز الاستخدام العام في مذكرات المكاتب إلا مع اختراع طابعات الليزر وبرامج معالجة الكلمات والكمبيوترات الشخصية، التي لم يكن أيٌّ منها منتشرًا حتى الفترة ما بين منتصف وأواخر تسعينيات القرن العشرين … أؤكد أن هذه الوثائق مزيفة، وقد أعيد نسخها مئات المرات عبر آلة التصوير كي تبدو قديمة.
>
> ينبغي تعقب هذه القضية بلا هوادة. (بكهيد على موقع فري ريبابليك دوت كوم)[15]

لا يزال راذر يشكك في قرار طرده من قناة سي بي إس وحقائق هذه القضية، إلا أن هذه القضية قطعًا تبرهن على الجهود والمهارات التي يمكن أن يستخدمها المدوِّنون في نقدهم للإعلام التقليدي. وفي فبراير ٢٠٠٥ اضْطُرَّ الرئيس التنفيذي لقطاع الأخبار بمحطة السي إن إن إيسن جوردان إلى الاستقالة بعد حملة على الإنترنت ثارت بسبب زعمه أن جنود الولايات المتحدة كانوا «يستهدفون» الصحفيين في العراق. كان هذا تعليقًا استثنائيًّا صدر عنه أثناء اجتماع مداولة خاص في المنتدى الاقتصادي العالمي. ومن المفارقة أن الخبر نُشر أول ما نُشر من خلال تدوينة لأحد حضور الاجتماع على المدوَّنة الخاصة بالمنتدى. كان المدوِّن المعتمد رسميًّا هو روني أبوفيتز وهو رائد في مجال التكنولوجيا

مقيم في فلوريدا. وسرعان ما وصل التعليق إلى المعلقين والمدوِّنين اليمينيين الذين شنوا عاصفة من التدوينات التي تعجُّ بالغضب والغيرة الوطنيين.[16] وكان الاجتماع يسير وفق «قاعدة دار تشاتام» التي بموجبها لا يمكن الاقتباس مباشرة من أقوال الحضور، وبموجبها أيضًا لم ينشر المنتدى الاقتصادي العالمي أبدًا شريط تسجيل بما قاله إيسن. وجاء في نص استقالة إيسن: إن «تعليقاتي حول هذا الموضوع في اجتماع مداولة المنتدى الاقتصادي العالمي لم تكن واضحة كما ينبغي.» وعلى غرار كثيرين ممن نطقوا بكلام غير لائق في الإعلام التقليدي ووجدوا أن حياتهم المهنية قد تدمرت، اكتشف إيسن أن الإنترنت هو بالمثل وسيط ليس بهيِّن يمكنه الوصول إلى أماكن لم يصلها الإعلام القديم قط.

ثأر الليبراليون لأنفسهم في فبراير ٢٠٠٥ عندما كشف موقع ميديا ماترز فور أمريكا Media Matters for America ذو الميول اليسارية حقيقة جيف جانون. من المفترض أن جانون — اسمه الحقيقي دوكرت — صحفي مختص بمتابعة وكالات الأنباء في السلك الصحفي بالبيت الأبيض، غير أن مدوِّنين ليبراليين كشفوا أنه ناشط جمهوري مزروع في قلب المجموعة من أجل طرح الأسئلة «السهلة» في مؤتمرات البيت الأبيض الصحفية التي تشهد عادةً طرح أسئلة عسيرة، والمفارقة هي أن المدوِّنين الليبراليين وجدوا أنفسهم يفضحونه لكونه مثليَّ الجنس ومدونًا،[17] لكن كان من الواضح أنه ليس صحفيًّا «رسميًّا» محترفًا كما ادعى. تلك هي مفارقات عصر الإنترنت.

(٢-٢) ليبرمان ولامونت: الإنترنت يكسب ثم يخسر ثم يكسب

في صيف ٢٠٠٦ خسر عضو مجلس الشيوخ لثلاث فترات والمرشح الرئاسي والنائب الرئاسي السابق جوزيف ليبرمان انتخابات عضوية مجلس الشيوخ للحزب الديمقراطي عن ولاية كونيتيكت أمام مرشح مجهول نسبيًّا هو نيد لامونت. أدت حملة متمركزة على الإنترنت — شنَّها ناشطون ديمقراطيون متَّقدو الحماس ومناوئون لمواقف ليبرمان المؤيدة لحرب العراق وسياسات بوش وإسرائيل — إلى حملة عالية التأثير وقاسية في أوقات كثيرة ضد السيناتور على الإنترنت. نال نيد لامونت الدعم المحلي والقومي من عالم المدوَّنات السياسية الليبرالية من ناحيتي التبرعات المالية والدعاية السياسية على حدٍّ سواء. كان معظم هذا الدعم في صورة حملات مباشرة لكنها تمَّت على الإنترنت بدلًا من الاتصال الهاتفي أو توزيع المطبوعات الدعائية. على أن الإنترنت جرى استخدامه أيضًا

كقناة اتصالات؛ فقد فتح منتدى جديدًا للنقاش ساعد في تشكيل طبيعة الحملة. كانت أرض المعركة هي الإنترنت مثلما كانت عتبة أبواب المصوتين، وانتشرت الصورة المزيفة ومقاطع الفيديو المشوِّهة للسمعة والحرب الكلامية في كل الأرجاء.

وقبل الاقتراع في كونيتيكت بيوم واحد مباشرة، تعطَّل موقع الحملة الدعائية لسيناتور ليبرمان، وتراشق كلا الجانبين الاتهامات؛ فقد قال البعض إن حملة لامونت قد اخترقت الموقع، والبعض الآخر قال إن ليبرمان نسي أن يسدد المستحقات المالية اللازمة لتشغيل الموقع. أصبحت صفحة ليبرمان على ويكيبيديا مكانًا آخر للمناوشات السياسية، فيما حاول الناشرون المناوئون إعادة تحرير السيرة الذاتية للسيناتور على الإنترنت. وفي وقت ما نشر موقع ديلي كوس صورًا متجاورة من إعلان تليفزيوني لليبرمان، وتقول الكتابة المجاورة للصور إنها تصوِّر شروق الشمس، لكن خصومه الدءوبين على الإنترنت أثبتوا أنها كانت تصور فعليًّا غروب الشمس. كان هذا بمنزلة انتصار رمزي، لكنه عظَّم أيضًا المغزى الذي يشير إلى أن ليبرمان لم يكن مؤيدًا كبيرًا للجناح الأيمن فحسب بل ومخادعًا أيضًا.

أظهر انتصار لامونت في الانتخابات التمهيدية أن الحملات التعبوية على الإنترنت تتمتع بالقدرة على طرح تحديات خطيرة أمام أصحاب مناصب كانوا يعتبرون أنفسهم فيما مضى في مأمن. كان المدوِّنون يتصرفون مثل الصحفيين الهجوميين. لقد كانوا يصنعون تقاريرًا عن ليبرمان بطريقة في غاية التحيز لكن هذا كان يُخضعه لتدقيق حقيقي لم يكن الإعلام التقليدي ليجربه قط. كان هؤلاء الناشطون يقومون بنوع من الصحافة، لقد كانوا يغطُّون ما فعله ليبرمان، ومن ذلك «قبلة» جورج بوش الشهيرة لملك السعودية، تلك الصورة التي دامت وانتشرت بغزارة بفضل الإنترنت.[18] كان النشطاء يصنعون أيضًا صحافة تحليلية — وإن كانت في غاية التحزب — في محاولة لشرح لماذا كان خصومهم يفعلون ما كانوا يفعلونه ويقولون ما كانوا يقولونه.

من ناحية ما، هذا توجهٌ تطوَّر مع الإنترنت، وجدَتْ مؤسساتٌ إعلامية أخرى متحيزة سياسيًّا مثل فوكس نيوز جمهورًا جاهزًا لتغطية مدفوعة أكثر بأيدلوجية فكرية. لطالما كان مجال السياسة بالولايات المتحدة ماهرًا في خلق أطراف لها مصالح وفي التعامل معها. يتيح الإنترنت الآن والتكنولوجيا الرقمية للإعلام الإخباري الانضمام إلى تعددية مجموعات الضغط، ولطالما كان تقديم التنازلات لمجموعات الضغط التقليدية استراتيجية ضرورية لساسة الولايات المتحدة إن كانوا يريدون البقاء؛ ويرجع ذلك إلى سبب في

غاية الوضوح: فجماعات الضغط هي التي تملك الثروة والنفوذ لمساندة الأشخاص المحتملين الذين يمكن الاستعاضة بهم. غير أن ما أثبتته حملة ليبرمان ولامونت هو أن الحملات التعبوية على الإنترنت قد اكتسبت ذلك النفوذ أيضًا، والنفوذ الذي يتمتع به نشطاء الحملات التعبوية على الإنترنت متشعب. وتتمتع جماعات المصالح التقليدية بنفوذ مالي نابع من مجموعة من الأفراد الأثرياء، غير أن نشطاء الحملات التعبوية على الإنترنت بمقدورهم خلق نفوذ مماثل من خلال أعدادهم الهائلة. حصلت حملات نيد لامونت على أغلب تمويلها من التبرعات المعتمدة على المدوَّنات. إن مجموعات المصالح التقليدية قادرة على دعم مرشحهم المختار بالتمويل اللازم للتعامل مع العلاقات العامَّة والمهام الإعلامية، لكن نشطاء الحملات التعبوية على الإنترنت استغلُّوا إمكانيات الإعلام الجديد؛ فقد أعدُّوا مقاطع الفيديو والتقارير والادعاءات ونشروها كلها عبر شبكاتهم، ومع التفاف حشود من وسائل الإعلام التقليدي حول المدوَّنات، يتزايد تأثير هذا المحتوى الذي يُعدُّه المستخدم.

وتلعب المدوَّنات الآن دورًا في تحديد معايير الجدل. كان المدوِّنون مُصرِّين على أن موقف ليبرمان المؤيد لحرب العراق يستوجب التشكيك في صحته، وهكذا وُضعت معايير الانتخابات على أساس المؤيدين والمناهضين لحرب العراق. لم يكن لدى ليبرمان خيار حقيقي فيما يخص إلى أي جانب سينحاز، ومع ذلك ظل الجدل نفسه في أيدي الساسة، فالسياسات لا يصنعها صخب الجدل على مدوَّنة، لكن لكي يستطيع ساسة الولايات المتحدة صنع هذه السياسات، فإنهم سيحتاجون باطراد أن يعملوا في إطار الحدود التي يضعها نشطاء الحملات التعبوية على الإنترنت.

وبالطبع فاز جو ليبرمان بولاية كونيتيكت الآن كنائبٍ «مستقل»، منتصرًا بذلك على نيد لامونت، ويوضح هذا أن نشطاء الحملات التعبوية والمدوِّنون قطعًا ليسوا خارقي القوة. إن أحد جوانب الحملات التعبوية على الإنترنت كان عاملًا من عوامل فشلها؛ فعندما انتقلت الانتخابات إلى ساحة المشاركة العامَّة ضعف تأثير الإنترنت، مقارنة بتأثيره في مجتمع الديمقراطيين الأكثر اتصالًا بالشبكة والمؤهلين للتصويت في الانتخابات، ومع ذلك فلا يمكن تجاهله. وتشير كل الدلائل من الانتخابات التمهيدية لاختيار مرشح ديمقراطي للرئاسة إلى أن مجال المدوَّنات هو عامل متزايد التأثير، وفي الوقت نفسه يأخذ هذا المجال الطابع المهني مع وضع هيلاري كلينتون أفلام هواة زائفة على يوتيوب.[19] إن حملات التعبئة على الإنترنت هي النوع الجديد من الحملات الذي سيسود في المستقبل.

(٢-٣) تغطية يوتيوب السياسية

في وقت من الأوقات كان التدوين يقوم في الأساس على النصوص المكتوبة، لكنه الآن يعتمد بشكل متزايد على مقاطع الفيديو على الإنترنت؛ فبمقدور أي شخص أن يكتب، لكن بالنسبة لثقافة تعتمد على التليفزيون فإن قوة الصور المتحركة هي التي لها التأثير المباشر الأكبر. والأمر المهم بشأن هذه المقاطع هو أنها لا تختفي، وفيما مضى، كان تأثير التعليق العدواني نحو ناشط سياسي مزعج في موقف السيارات يدوم فقط طوال مدة إذاعة الشبكات الإعلامية للمشهد المصور، أما الآن فيتم نسخ تلك المقاطع المصورة على الأقراص الصلبة في كل أنحاء العالم ويشاهدها آلاف المستخدمين مرارًا وتكرارًا. وما من شيء بمقدور الحملة أن تفعله لإزالة هذه المقاطع، بل كل ما يمكنها فعله هو الرد بالطريقة ذاتها، وأن تأمل أن يكون خصمها ضحية لعدد أكبر من مقاطع الفيديو مما يرجح الكفة لصالحها. وبهذا المعنى كانت انتخابات التجديد النصفي لعام ٢٠٠٦ نقطة تحوُّل أخرى للإنترنت. لم يكن يوتيوب موجودًا أثناء انتخابات عام ٢٠٠٤ لكنه الآن ربما ساعد في تحديد الفائزين بمقاعد مجلس الشيوخ؛ ومن ثم إيجاد رئيس محدود الصلاحيات.

توقف سباق السيناتور جورج ألان الانتخابي في فيرجينيا على بضعة آلاف صوت وحسب. كم عدد الأشخاص الذين قاموا بتنزيل مقطع الفيديو المشين الموجود على موقع يوتيوب الذي كان يصوره بينما يستخدم لغة عنصرية؛ حيث كان يستخدم لفظة «ماكاكا» — والتي تعني: قردًا — لنعت أحد المتطوعين في الحملة المناوئة الذي كان يصور خطاب ألان في جولته الانتخابية؟ الإجابة قرابة ٤٠٠ ألف شخص.[20] ومقطع فيديو آخر يصور أفراد الأمن بحملته وهم يدفعون بقسوة أحد المدوِّنين الليبراليين، شاهده ١٨٠ ألف شخص. ولا يمكن على الإطلاق أن يكون كلُّ من شاهدوا هذا الفيديو مؤيدين للحزب الديمقراطي أو أشخاصًا من خارج الولاية؛ فقطعًا كثيرون منهم كانوا مؤيدين محتملين لجورج ألان واقتنعوا بعدم التصويت له بعد ما رأوه، وقطعًا الأشخاص الذين حمَّلوا مقطع الفيديو تحدثوا عنه وأرسلوه عن طريق البريد الإلكتروني إلى آخرين؛ وعليه، فقد انتشر تأثيره، وتضاءلت فرص فوز ألان.

كانت انتخابات ٢٠٠٦ بولاية ميزوري مثالًا آخر على الربح عبر استمالة الأصوات المتأرجحة؛ حيث حسمها ٢٠ ألف ناخب متأرجح. قدَّم الممثل مايكل جيه فوكس، الذي يعاني من داء باركنسون، إعلانًا تليفزيونيًّا مساندةً للمرشحة الديمقراطية

كلير ماكسكل، التي تدعم الأبحاث في مجال الخلايا الجذعية، إلا أن ذلك لم يَسْتَرْعِ الكثير من الانتباه، إنما ما استرعى الانتباه هو مقطع فيديو هجومي من النوع الذي يستخدم لغة غير لائقة لمقدِّم البرامج اليميني راش ليمبو على قناة فوكس، ألمح فيه إلى أن الممثل السابق كان يغالي في وصف آثار حالته المرضية. حمَّل هذا الفيديو أكثر من ١٫١ مليون شخص، وقطعًا كانت تعليقات ليمبو ودحض مايكل جيه فوكس الوقور لهذه الادعاءات كافيَين لمساعدة كلير ماكسكيل في ضمان الفوز على خصمها مرشح الحزب الجمهوري جيم تالنت.[21] عنى انتصار ماكسكيل بمساعدة الإنترنت فقدان الجمهوريين السيطرة على مجلس الشيوخ.

إن نشر مقاطع فيديو على موقع إلكتروني — سواء أكان من صنع المستخدم مثل حادثة «ماكاكا» لجورج ألان، أم مأخوذًا عن الإعلام التقليدي مثل مقطع ليمبو — هو جانب من جوانب المشهد، لكن ما شهدناه في آخر حملة رئاسية هو أيضًا تفجُّر لطاقات الإبداع في مقاطع الفيديو السياسية على الإنترنت. ومن الصعب للغاية تحديد كم من هذه المقاطع يعدُّ إعلامًا حقيقيًّا من صنع المواطن مقارنة بالمقاطع المركبة الخبيثة سريعة الانتشار التي يعدها أفراد الحملات المناوئة. هل مقطع فيديو «فتاة أوباما» هو أمر في صالح السيناتور أوباما أم ضده؟[22] قطعًا يظهره الفيديو في إطار جيد ويضيف حسًّا من الفكاهة إلى صورته.

وصل هذا إلى ذروته في مناظرات المرشحَيْن الرئاسيين التي أعدتها قناة السي إن إن بالتعاون مع يوتيوب في يوليو ٢٠٠٧ (انظر شكل ٣-١). نشر أكثر من ٣٠٠ شخص أسئلتهم المسجلة بالفيديو، لكن السي إن إن اختارت من بينها ٣٩ سؤالًا فحسب للبرنامج الذي مدته ساعتان، وكان هذا مزيجًا غريبًا ما بين الإعلامين التقليدي والجديد، حفظ للسي إن إن حق التحكم في المحتوى الصحفي، غير أنه أتاح أيضًا تسلل موضوعات أكثر إثارة بعض الشيء إلى المناظرة، وقطعًا أدى إلى عرضها بطريقة مختلفة. كانت هناك أسئلة عن الصحة من أخوين يرعيان أباهما الذي يعاني من داء ألزهايمر؛ وعن دارفور من أمريكي في معسكر للاجئين؛ وعن قوانين تنظيم حيازة السلاح من رجل يحتضن بندقية واصفًا إياها ب «رضيعه». رأى جو تريبي أحد أفراد حملة المرشح جون إدواردز أن المناظرة نجحت نجاحًا غير محدود، وقال ديفيد أكسلرود، الخبير الاستراتيجي الذي يعمل لصالح أوباما، إن أوباما «استمتع بالمناظرة؛ فهو يظن أن الشعب الأمريكي قد

حُرم من المشاركة في سياسة واشنطن.» غير أن المدوِّن جيف جارفيس يرى أن هناك فرصة ضاعت:

> إن الأسئلة التي اختارتها السي إن إن كانت … تافهة وغير ناضجة وعقيمة وسخيفة: رفع أحد السائلين عملة وطلب من المرشحين تعريف الكلمات المكتوبة عليها — «بالله نؤمن». سألت دمية مصنوعة من جورب على شكل رجل الجليد عن الاحترار العالمي … لم يمتزج الإعلام التقليدي والإعلام الجديد معًا بشكل متناغم. عرضت السي إن إن مقاطع فيديو يوتيوب في مربعات صغيرة على شاشة كبيرة مصورة بكاميرا كبيرة؛ مما أدى إلى تصغير حجمها في النهاية لتبدو في حجم طوابع البريد على شاشاتنا. وعلى ما يبدو كانت شبكة السي إن إن خجلة من عرض مقاطع الفيديو ملء الشاشة لأنها لن تبدو كإعلام تليفزيوني حقيقي، وهذا بالطبع هو بيت القَصِيد؛ فهي لم تكن إعلام تليفزيون حقيقيًّا، بل كانت قصاصات من حديث. (جيف جارفيس، معلِّق إعلامي)[23]

أعتقد أن جيف جارفيس كان قاسيًا بعض الشيء بل وربما متزمتًا قليلًا، ولعل أهم إنجاز لمناظرة سي إن إن ويوتيوب كان أنها تمكنت من جلب السباق الديمقراطي إلى جمهور أوسع وأصغر سنًّا على الإنترنت. ولعلها حملتهم على إمعان التفكير في الطريقة التي سيعرضون بها آراءهم السياسية في المستقبل. وفي الوقت الحالي فإن معظم مقاطع الفيديو الخاصة بالأحزاب السياسية على يوتيوب هي مجرد مقاطع مأخوذة من تغطية الإعلام التقليدي أو إعلانات الحملات. وسيتعيَّن على الساسة في المستقبل أن يكونوا أكثر إبداعًا إن كانوا يرغبون في الانضمام إلى الحوار الأوسع الذي يدور على الإنترنت.

يظن المدوِّنون في الولايات المتحدة أن عام ٢٠٠٨ هو عامهم. يظل الإعلام التقليدي مملًّا وغير ملهم باستثناء فوكس نيوز أو برنامج جون ستيوارت «ذا ديلي شو» (العرض اليومي)، وفي مواجهة نسب المشاهدة المنخفضة يتمسك السلك السياسي بقوة بالصيغ المُجربة والمثبتة؛ ولهذا السبب أنشأت ملكة التدوين السياسي الليبرالي التي نصبت نفسها في هذه المكانة آريانا هافينجتون مشروعًا بالتعاون مع الملك الأكاديمي لخطاب الإنترنت



شكل ٣-١: المناظرة التي تمت بالتعاون ما بين سي إن إن ويوتيوب — يقف المرشحون على منصاتهم الخاصة أثناء مناظرة المرشَّحَيْنِ الرئاسيين الديمقراطيين التي أعدتها سي إن إن بالتعاون مع يوتيوب في الثالث والعشرين من يوليو ٢٠٠٧ بكلية سيتادل العسكرية بتشارلستون، كارولاينا الجنوبية (تصوير تشيب سوموديفيلا، حقوق النشر محفوظة لموقع جيتي إيمدجز).

جاي روزن، ويهدف المشروع إلى إنشاء شبكة مدوَّنات من الصحفيين المواطنين لتقديم التقارير عن الحملة، ولهذه الشبكة من المدوَّنات بيان تأسيسي جريء:

> سيسعى مراسلونا المتطوعون إلى تقديم أخبار حقيقية تسير في الاتجاه المعاكس للإجماع الموحد الذي كثيرًا ما يرمينا به الإعلام التقليدي، وسوف يستمدُّون إلهامهم من الجهود التصاعدية التي يبذلها الصغير قبل الكبير … وإذا ما أُتيحت الظروف المواتية، فإن المجموعات الكبيرة من الأفراد ستكون أذكى من النخبة القليلة. (هافينجتون بوست دوت كوم، Huffingtonpost.com)[24]

هي حقًّا محاولة شجاعة ومثيرة لحشد وتركيز جهود صحافة المواطن بما يتيح تحقيق تأثير حقيقي على الطريقة التي تُغطى بها الحملة الانتخابية. ويختلف هذا تمام الاختلاف

عن العواصف الهجومية التي أثارها المدوِّنون من تلقاء أنفسهم التي ذكرتها أعلاه، فتلك محاولة لتوحيد مجال التدوين ما لم تكن لإضفاء الطابع المؤسسي عليه، وعندها تصير صحافة شبكية.

وقطعًا يتفق المرشحون الرئاسيون على أن مجال التدوين ضروري؛ فكل الحملات الانتخابية الآن لها مديرو حملات تفاعليون أو مختصُّون بشبكة الإنترنت، وجميع الديمقراطيين الواعدين قد اتجهوا إلى المحفل التدويني السياسي وهو الملتقى السنوي الذي يعقده موقع ديلي كوس. لكن فيما يُجري المدوِّنون والسياسيون ملتقاهم الذي يعبِّرون فيه عن شغفهم، من الممكن أن ينصرف الجمهور والمصوتون إلى مكان آخر. يزور المصوتون المنتظمون الصفحات السياسية على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثل ماي سبيس وفيسبوك أكثر مما يزورون المدوَّنات السياسية الجادة. ربما لا تضع هذه الصفحات الأجندات السياسية، لكنها بلا شك توجد حيث يدور العدد الأكبر من المحادثات الشخصية. ويعرف المرشحون الرئاسيون هذا، وقد أنشئوا كلهم صفحات شخصية لهم على هذه المواقع، والتعليقات التي يكتبها الزوار على هذه الصفحات هي نفحة منعشة. حتمًا هناك تعليقات هدامة، ومن الواضح أن المرشحين ليس لديهم متسع من الوقت للرد عليها، ومن هذا المنطلق هم لا يندمجون تمامًا مع روح هذا النوع من التفاعل. ومع ذلك، فأي شخص يقرأ الحوار التفاعلي على مواقع المرشحين الديمقراطيين الثلاثة الأساسيين[25] لا يسعه سوى الانبهار بتنوع الأشخاص، ونطاق الآراء، وأصالة ما يُعَبِّرون عنه. صحيح أنها دردشة وليست مناظرات عميقة، لكنها تشير إلى ترابط لا يمكن أن يقدِّمه سوى الإنترنت. ومن هذه الناحية أظن أن جيف جارفيس محقٌّ في رأيه العام الذي يشير فيه إلى أن الإنترنت «يتيح الفرصة لإقامة حوار بين المرشح والمصوت لم يكن ممكنًا قبل الإنترنت.»

يشكك مات باي في كتابه «الحجة» في نجاح الإنترنت في تغيير السياسات الفعلية. لكنه ليس لديه أدنى شك في أنه غيَّر السياسة:

> لا يهم إن كان قرَّاء المدوَّنات الليبرالية يصلون إلى ٥٠٠ ألف قارئ أم إلى ٥ ملايين قارئ، ومع ذلك، فكثيرون ممن يتابعون مدوَّنات مثل ديلي كوس هم الأفراد الأكثر اهتمامًا بالسياسة؛ ومن ثم كانوا الأكثر احتمالًا للترويج للمدوَّنات بين كل معارفهم، وأدى ظهور الإنترنت عريض النطاق إلى جعل التسويق الفيروسي عبر الإنترنت الطريقة الوحيدة الأكثر فاعلية لتوصيل فكرة

لعملاء محددين، والمدوَّنات السياسية تكاد تعادل إنفلونزا الطيور في سرعة انتشارها الفيروسي. (مات باي، «الحجة»)[26]

يتيح البريد الإلكتروني، ومقاطع الفيديو على الإنترنت، ومواقع الويب، ومنتديات الويب للنشطاء نشر رسائلهم ثم الاشتراك في حوار مع المصوتين ووسائل الإعلام الإخبارية. ويتيح الإنترنت للصحفيين فعل الشيء نفسه في تغطيتهم الصحفية. هذه هي الصحافة الشبكية، والمسألة المهمة هي هل سيؤدي هذا إلى سياسة أكثر تشابكًا، وهل هذه السياسة سوف تثمر عن سياسات وحوكمة مختلفين؟ بلا ريب سيمنحنا السباق الرئاسي لعام ٢٠٠٨ بعض الخيوط، لكن التغيرات الجوهرية في السلطة سوف تحتاج كي تظهر إلى وقت أطول مما يَسْمَح به التاريخ القصير للعلاقة بين الإنترنت ومجال السياسة في الولايات المتحدة.

(٢-٤) الصحافة الشبكية والسياسة البريطانية

لا بد من المجاهرة بالحقيقة الواضحة البسيطة التي تقر بأن هذا الجيل لديه القدرة على تدمير الجنس البشري، لكن بسبب التكنولوجيا والتقدُّم العلمي، فإن لديه القدرة أيضًا على إنقاذه، والمعلومات التي نحصل عليها بشأن هذا الاختيار هي جزء لا يتجزأ من دور الصحفي وضرورية من أجل بقائنا. (توني بن)[27]

قلَّما يستهوي الساسةَ البريطانيين الانغماسُ في حديثٍ جادٍّ حول الإعلام الجديد؛ وعليه، فمن المثير للاهتمام أن السياسي الاشتراكي المحنَّك توني بن قد أظهر اهتمامًا كبيرًا بالأهمية السياسية للإنترنت:

من الواضح بشدة أن الإنترنت يمثل خطرًا جسيمًا على الامتيازات التي ينعم بها الموسرون وذوو النفوذ، وإن تسليط الضوء على الجريمة والمخدرات والمواد الإباحية الذي تم استغلاله لتبرير قمع الإنترنت إنما هو يهدف في الحقيقة إلى قمع المعرفة بالبدائل السياسية الجذرية المتاحة الآن. (توني بن)[28]

كان السيد بن في السلطة في آخر مرة ثارت حماسة أحد رؤساء وزراء بريطانيا، هارولد ويلسون، بشأن «التأثير المذهل للتكنولوجيا»، وقد أسفر هذا الحماس عن طائرة

الكونكورد الأسرع من الصوت التي تتجاوز تكلفتها قيمتها، لكن هذه المرة يرى السيد بن أن الابتكار التكنولوجي سوف يؤدي إلى منافع سياسية بالإضافة إلى المكاسب الاقتصادية. وثمة سياسيون آخرون ممن يتبوَّءون الآن مناصب كبيرة في الحكومة — مثل وزير الخارجية البريطاني الحالي ديفيد ميليباند — خاضوا مجال التدوين، ويظهر أنهم واعون بعصر المعلومات الجديد. وفي واقعة شهيرة اعترف رئيس الوزراء السابق توني بلير أنه كان يعرف بالكاد كيف يستخدم الكمبيوتر لدى توليه قيادة حزب العمال، فما بالك بالقيام بعمليات بحث عبر الإنترنت، لكنه سرعان ما أدرك هو وإدارته أهمية مكاسب التكنولوجيا الرقمية:

> ليس هناك اقتصاد جديد، وإنما هناك اقتصاد واحد تغير بالكامل بسبب تكنولوجيا المعلومات. ما يحدث ليس بدعة إلكترونية ستظهر ثم تضمحل، إنها ثورة اقتصادية عميقة. (توني بلير، من حديث له كعضو في البرلمان)[29]

وضع توني بلير جميع الخدمات الحكومية على الإنترنت وسعى إلى إقناع نظام التعليم ومجال الأعمال بمنح الأولوية للاستثمار والتدريب الرقميين، ومع ذلك، فلا أعتقد أنه فكر قط في آثار الإنترنت على الطريقة التي سوف يُغطى بها مجال السياسة نفسه إعلاميًّا، وفيما ترك السلطة عام ٢٠٠٧ بدا أنه كان مصابًا بخيبة أمل في الإعلام الجديد والسياسة مثلما كان منزعجًا من الإعلام الإخباري ككل، بل وبلغ به الأمر أن يؤيِّد الرقابة المتزايدة على صحافة الإنترنت:

> فيما تؤدي التكنولوجيا إلى طمس الخط الفاصل بين الصحف والتليفزيون، يزيد لاعقلانيتها وجود أنظمة مختلفة للمساءلة حسب نوع التكنولوجيا؛ إذ لم يعد من الممكن التفريق بين أنواعها بالطريقة القديمة. (توني بلير، من حديث له كعضو في البرلمان)[30]

تُرى أيهما على صواب: توني بلير أم توني بن؟ في ظل ديمقراطية ناضجة ومتصلبة، كما سيقول البعض، مثل ديمقراطية بريطانيا، ثمة حس بأن السياسة والصحافة مرتبطان معًا في عناق قاتل، فرقصة الدعاية المتحيزة والتشويه أصبحت رقصة الموت. ويزداد سخط العامَّة على السياسة وعلى التغطية الإعلامية التقليديين. هل يقدِّم الإنترنت الفرصة لبث الحياة من جديد في هذه العلاقة؟ هذا أمر مهم؛ لأنه بالرغم مع الحديث المنتشر

عن الديمقراطية الإلكترونية والحكومة الرقمية المباشرة، لا يزال أغلب الخطاب السياسي يجري عبر الإعلام، وفيما يزداد الإعلام تعقيدًا واتصالًا بأشكال الاتصالات الأخرى، تظهر ديناميكية جديدة. دعونا نلقِ نظرة على إحدى دراسات الحالة لهذه العلاقة الجديدة.

(٢-٥) «صاحب سيارات الجاجوار الثلاث» والمدوِّنون

> تنتشر أخبار الآن عن مؤامرة يحيكها مدونون تُحركهم دوافع سياسية لتلطيخ سمعة بريسكوت. لكن الواقع هو أن الحقيقة ذاتها هي ما يحطُّ من شأن بريسكوت ... الحقيقة هي أن نظامنا السياسي فاسد، ويُسمح للساسة بالإفلات من العقاب بفضل صحفيي جماعات الضغط الذين جُرِّدوا من قوتهم والذين يُؤْثِرون الحفاظ على علاقتهم الطيبة مع الساسة على إطلاع قرَّائهم على الحقائق الكاملة. (بول ستينز المعروف أيضًا باسم «جاي فوكس»)[31]

هذه قصة نائب رئيس الوزراء البريطاني السابق جون بريسكوت، وسكرتيرته تريسي، وملياردير أمريكي، ومدوَّنة مسماة تيمُّنًا بإرهابيٍّ عاش في القرن السابع عشر (جاي فوكس). هي قصة رجل أعمال أمريكي، وعلاقة جنسية بين زميلَي عمل، وقبَّة الألفية. وهي أيضًا تلك اللحظة التي أكدت فيها المدوَّنات على اضطلاعها بدور صغير في الصحافة السياسية في بريطانيا. وسيقول البعض إن المدوِّنين كانوا مجرد عامل صغير، لكن في رأيي أنهم — بالإضافة إلى بعض عوامل التكنولوجيا الرقمية الأخرى — يتيحون الفرصة لشكل أكثر اتصالًا من الصحافة السياسية. كانت القصة شأنًا بريطانيًّا للغاية. إن سياسة وستمنستر هي شأن إقليمي ومركزي على نحو استثنائي، والإعلام القومي للمملكة المتحدة غريب من حيث إنه متمركز على نحو حصري في العاصمة، ويقع مقر الإعلام السياسي في قلب المربع القديم من وستمنستر، لكنني أظن أن هذه القصة والطريقة التي عُوملت بها توضح حقًّا الكيفية التي ستتغير بها التغطية السياسية فيما يتعلق بكل الديمقراطيات البرلمانية بينما يتجه تبادل المعلومات إلى الإنترنت، ويبرح الجدل دهاليز السلطة إلى الكابلات المحورية للإنترنت.

التفاصيل الفعلية لدراسة الحالة هذه معقدة، ولا يزال الكثير منها مطويًّا في غيابات الإنكار والتلميحات الغامضة. ولا ينبغي للقرَّاء الذين لم يسمعوا بهذه القصة أو لا يألفون السياسة البريطانية أن يقلقوا. استرخِ وانْعَمْ برواية لا تقلُّ إثارة عن نسخة

كوميدية من رواية شفرة دافينشي. وباختصار، كانت قصة جون بريسكوت وتريسي تيمبل وفيليب أنشوتز في الواقع قصتين تشابكتا لبضعة أشهر عام ٢٠٠٦. وبدأت القصة بفضيحة جنسية تقليدية تم فضحها في الصحف على الطريقة التقليدية التي فيها يَفْضح شخصٌ علاقتَه الجنسية بشخصية شهيرة لجني المال، وفي البداية روى الزوج المكلوم الذي يعمل سائق شاحنة قصة العلاقة، ثم روت المرأة نفسها تفاصيل المهزلة الجنسية التي جرت في شقة بشارع وايتهول المؤدي إلى ويسمنستر. اكتسبت علاقة نائب رئيس الوزراء البريطاني جون بريسكوت مع سكرتيرته تريسي تيمبل زخمًا صحفيًّا أكبر؛ لأن كثيرًا من الغراميات الجنسية وقعت أثناء أوقات العمل والمهام الرسمية؛ ومن ثم ربما يكون ذلك خرقًا للأعراف الوزارية. تحالفت النتائج السيئة في الانتخابات المحلية مع الضجة التي أثيرت حول القصر الريفي «الذي تبرَّعت به الملكة» لزيادة الضغط على هذا السياسي المهيب الذي كان محبوبًا من القاعدة الشعبية بحزب العمال وحليفًا رئيسيًّا لتوني بلير، لكن لم تكن العلاقة الجنسية أو صور بريسكوت — الذي يعتبر بطلًا في أنظار الطبقة العاملة — وهو يلعب لعبة الكروكيه بين الاجتماعات رفيعة المستوى، هي ما أطاح به؛ بل الذي ضرب السيد بريسكوت في مقتل هو بثٌّ صوتيٌّ.

ديفيد هينكي مراسل سياسي محنك يحصد الجوائز يعمل في صحيفة الجارديان، وقد قام بتغطية الأخبار السياسية لوستمنستر لعقود، وفي التاسع والعشرين من يونيو عام ٢٠٠٦ نشرت الجارديان بثًّا صوتيًّا عن «إشاعة في وستمنستر» من إعداد «مفتشهم الدءوب» هينكي. وكان ما ذكره هينك في البث الصوتي يستحق نقله بالنص لأنه يوضح صميم عمل الصحافة الشبكية؛ إذ نرى صحفيًّا في جريدة يتصرف بحرية، ويشارك عملية التغطية الصحفية مع جمهوره:

> لكم أن تتخيَّلوا كمَّ الذهول الذي أصابني لدى استقبالي مكالمة تليفونية مثيرة للدهشة جدًّا عن إشاعة فاضحة عن جون بريسكوت، وفي الوقت الذي كان السيد بريسكوت يواجه عاصفة من الانتقادات، وصل إلى مصدري — الذي لديه معارف في الولايات المتحدة — قصة في غاية الغرابة تروي أن السيد بريسكوت قام بزيارة سرِّية إلى منزل مزرعة فيليب أنشوتز، الرجل الذي يدير قبَّة الألفية، وعلاوة على ذلك لم يعرف أحد بهذه الزيارة، وقد استضافه هناك صاحب الدار العضو البارز في الحزب الجمهوري. اعتقد مصدري الذي — صدِّق أو لا تصدِّق — حصل على المعلومات من محادثة دارت بين دبلوماسيين

> بريطانيين في أحد مطاعم لوس أنجلوس واسترقَ أحدهم السمع إليها؛ اعتقد أن هذا شيء مثير، ونحن بدورنا نوجه السؤال للسيد بريسكوت: هل قام بأي زيارات حرة غير معلنة عندما كان هناك؟ لدواعي أسفنا، ولحسن حظ السيد بريسكوت فإن ما فعله لم يخرق أية قواعد، لكن مصادرنا تعتقد أن السيد بريسكوت قد يكون في مأزق لأنه لم يعلن عن هذه الزيارة أَلْبَتَّة. وفي حقيقة الأمر كان السيد بريسكوت قد أفشى هذا الأمر إلى سكرتيره الدائم [أحد كبار الموظفين الحكوميين] وفيما كان يتلقى الترحيب في هذا البيت الفاخر الخاص بالسيد أنشوتز قدَّم تبرعًا لهيئة الصليب الأحمر البريطانية في سرية تامة حتى لا يظهر أنه يتلقى الأموال من الأمريكيين، وهكذا بينما يبدو أن السيد بريسكوت في ورطات كبيرة بسبب لعبه للكروكيه وبسبب عشيقاته، فإن المسألة هذه المرة مسألة تتعلق بأمانة الرجل الذي أكد أنه لم يخرق قوانين مكافحة الفساد. (ديفيد هينكي، صحيفة الجارديان)[32]

اعتقاد هينكي أن القصة قد توقفت عند هذا الحد كان غريبًا، ومن الغريب أن هذا الخبر — الذي كان على أقل تقدير محرجًا لبريسكوت حتى وإن لم يكن غير مشروع — لم يُتابَع في النسخة المطبوعة للجارديان. لكن بعدها بيومين، يوم السبت، نشرت جريدة ذا تايمز القصة بأكملها تحت عنوان «القبة والملياردير الأمريكي وليلة بريسكوت في المزرعة» كعنوان رئيسي لها، وفي يوم الإثنين التالي شارك المدوِّن اليميني «جاي فوكس» — اسمه الحقيقي بول ستينز — بقوة في الهجوم على جون «بريكسا» بريسكوت:

> قصة بريكسا تتكشف؛ لقد قضى إجازة نهاية الأسبوع في «زيارة خاصة» جرى التبرع بتكلفتها لأعمال الخير، بينما اتضح أن هذه التبرعات من أموال دافعي الضرائب. لم يكن لبريكسا يد في عملية صنع القرار بخصوص منح الملياردير صاحب المزرعة عقد قبة الألفية، ومع ذلك عرفنا طوال أشهر أن نائب رئيس الوزراء هو المسئول عن الأمر. إن روايته عن الأحداث محض هراء، وفي وسع المرء إدراك أنها فضيحة كبيرة؛ لأن نيك روبنسون [المحرر السياسي بالبي بي سي] تجاهلها؛ تعرف البي بي سي أن هذا الخبر يمكن أن يكون مدمرًا لبريكسا، ولا سيما إن كان صحيحًا أن صحيفة ديلي ميل قد عرفت القصة — التي لطالما انتظرها الجميع بحماس — من سائق رسمي

بالحكومة، عن العلاقات الجنسية التي مارسها بريسكوت بالمقعد الخلفي للسيارة، مع روزي وينترتون وغيرها.

هددت روزي بمقاضاة صحيفة ذا صن إذا أطلقوا عليها عشيقة بريسكوت الأخرى. ومثلما كان تنصيب الإمبراطور الروماني كاليجولا حصانَه عضوًا بمجلس الشيوخ استهزاءً بأعضاء المجلس، فإن تنصيب روزي وينترتون مستشارًا في المجلس الخاص بالملك هو استهزاء بالعامة. (بول ستينز المعروف أيضًا باسم «جاي فوكس»)[33]

هذا فيض جامح ومليء بالتفاصيل المثيرة من ادعاءات لا تستند إلى معلومات حقيقية جديدة عن قصة أنشوتز، لكنه قدَّم ادعاءً جنسيًّا جديدًا تمامًا. كان هذا كفيلًا وحده بأن يحافظ على الزخم بين وسائل الإعلام التي كانت بحلول هذه الآونة قد أدركت ضعف موقف خصمها واستعدت للنيل منه. لكن الأمر الذي يحظى بنفس القدر من الأهمية هو الهجوم على المحرر السياسي بالبي بي سي نيك روبنسون. وثمة افتراض حتى من المدوِّن نفسه بأن الخبر نفسه يظل ضعيف التأثير إلى أن تنقله جهة البث الرئيسية. ربما لا يوجد أساس من الصحة لنظرية المؤامرة التي يدعيها ستينز، والتي تدفع بأن روبنسون يحمي بريسكوت بطريقة ما، لكنها تركت تأثيرًا.

وفي اليوم التالي بدأ الخبر يدخل في دائرة من الاستشهاد بأطراف أخرى بين الإعلام التقليدي والجديد، وبدأت الصحف تنشر عناوين مثل «إشاعات على الإنترنت» لكنها لم تبلغ الحد الذي بلغته المدوَّنة في تغطية القصة.

أطلق موقعا ويب لتدوين اليوميات تابعان لمؤيدي حزب المحافظين على عضوة بالبرلمان بحزب العمال أنها عشيقة السيد بريسكوت — وهو ادعاء ينكره بريسكوت والمرأة نفسها … ويدير أحدَ الموقعين ناشطٌ يميني مؤيد لحزب المحافظين في أواخر الثلاثينيات من عمره. ذكر متحدث رسمي باسم حزب المحافظين أن: «هذا الشخص ليس له أدنى علاقة من بعيد أو قريب بحزب المحافظين، وغير صحيح بالمرة أننا مشتركون في نشر هذه الشائعات.» وتكررت الادعاءات على موقع آخر يديره مرشح برلماني سابق بحزب المحافظين. (صحيفة إيفنينج ستاندرد، ٤ يوليو ٢٠٠٦)[34]

وفي هذا الوقت تحولت التغطية على الإنترنت أيضًا إلى شجار بين المدوِّن المهني نيك روبنسون والمدوِّنين غير المهنيين، وفي الخامس من يوليو نشر المحرر السياسي بإذاعة البي بي سي تدوينة شنَّ فيها هجومًا على المدونتين وعلى مدون آخر يتبع حزب المحافظين هو إيان ديل تحديدًا:

> هذا مثال آخر على بعض المدوَّنات التي تحاول خلق زوبعة في المناخ السياسي. أولًا، يطالبون بمعرفة سبب عدم تغطية الإعلام التقليدي — وبالأخص البي بي سي — للفضيحة المزعومة، ثم ينشرون مزاعم غير مدعومة بالأدلة وينكرها أولئك المعنيون بها، وبعدها تنشر تلك المزاعم بعض الصحف على أنها أخبار منقولة.
>
> لنكن واضحين، لا يرجع ذلك إلى أنهم صحفيون أفضل وليس عليهم رقابة، لكن أغلب الظن أن لديهم مخططًا سياسيًّا. (نيك روبنسون، المحرر السياسي بالبي بي سي)[35]

هذه لحظة مذهلة؛ إذ لم يدَّعِ بول ستينز (جاي فوكس) إلا أنه شخص متحيز سياسيًّا. يقر شعار موقع ستينز بأن «الثرثرة والفضائح والشائعات والفكاهة هي ما تهدف هذه المدوَّنة إلى تقديمه.»[36] روبنسون على حق تمامًا، وإن كان متحفزًا بعض الشيء. كان للمدوَّنات تأثير، وقد دفعت القصة إلى الأمام أو «أحدثت زوبعة». وكان رد جاي التالي على روبنسون هو التعبير عن سروره لأجل حقيقة أنه أثار غيظ المحرر السياسي للبي بي سي، والاحتفاء بقوة المدوَّنة غير الخاضعة للمساءلة. يقول جاي إنه ليس لديه أية شكوى ضد روبنسون بصفة شخصيَّة، وإنما ضد البي بي سي:

> بدا تعليق نيك … مغرورًا بعض الشيء، أتحتكر البي بي سي لنفسها التغطية السياسية/المناخية؟ نيك مراسلٌ عظيم، لكنه مكتوف اليدين في هيئة بي بي سي التي أصابها الضعف بعد تقرير هاتون، والتي دائمًا ما يستبد بها القلق بشأن التمويل المستقبلي. إذا أراد بقية الإعلام متابعة تقارير جاي، فهذا أمر متروك لهم. (بول ستينز المعروف أيضًا باسم «جاي فوكس»)[37]

وصولًا لهذه اللحظة كان الإعلام التقليدي قد أقام وليمة على سمعة بريسكوت بعيدًا عن المدوَّنات، وعندما تحدَّث جون بريسكوت أخيرًا على الهواء ليدافع عن نفسه، وجد

صحفيي الإعلام التقليدي يرشقونه بالادعاءات المنتشرة على الإنترنت. ظهر بريسكوت في برنامج «برنامج اليوم» (توداي بروجرام) على راديو بي بي سي ٤ وهو برنامج الراديو الصباحي السياسي الرئيسي بالمملكة المتحدة؛ كي يستجوبه أعنف محققي البي بي سي جون همفريز بقسوة. سأله صحفي البي بي سي: «توجد أخبار حاليًّا، وهي متداولة على الإنترنت كما تعرف، تقول إن لديك علاقات غرامية أخرى، هل هذا صحيح؟»[38]

كانت هذه لحظة دخول المدوَّنات إلى مجال الصحافة السياسية البريطانية بشكل رسمي، وبكل تأكيد كتب جاي عن هذه اللحظة بدوره في مدونته:

> قام جون همفريز في هذا الصباح بالمهمة التي يتقاضى أجرًا من أجلها؛ لقد سأل بريسكوت ثلاث مرات: هل توجد علاقات غرامية أخرى؟ وثلاث مرات يتبجَّح بريسكوت دون أن يجيب عن السؤال؛ لأنه بالطبع توجد علاقات أخرى كثيرة، ليست مجرد «سقطة واحدة» كما أشار مرارًا وتكرارًا في مماراةٍ ومراوغة. (بول ستينز المعروف أيضًا باسم «جاي فوكس»)[39]

وكما هو الحال مع السياسة البريطانية، انتهى كل هذا باستجواب برلماني داخلي وجد أن السيد بريسكوت قد خرق الأعراف الوزارية، غير أن لجنة المعايير الموحدة أقرت بأنه لا يُفترض اتخاذ أية إجراءات ضد نائب رئيس الوزراء لأنه سجل الزيارة في وقت لاحق. لم يكن لدى البرلمان السلطة لتقصِّي قضايا أكبر بشأن تضارب المصالح، وهكذا انتهى الحال بتلقي السيد بريسكوت لعقاب خفيف، غير أن مهنته السياسية كانت قد انتهت فعليًّا. إذًا، أكان هذا انتصارًا لعالم المدوَّنات البريطانية؟ وما تأثير ذلك على الصحافة الشبكية؟

انضم مدوِّنون سياسيون آخرون إلى بول ستينز «جاي فوكس» في الاحتفاء بتأثيرهم الجديد. لم يدَّعِ المدوِّن المؤيِّد لحزب المحافظين إيان ديل[40] أنه صحفيٌّ، على أنه ادعى أنه أثار الأخبار التي لم يمسسها الإعلام التقليدي. وهو يقول إن الصحفيين يسربون إليه معلومات لا يمكنهم نشرها بأنفسهم، وما يثير استياءه هو أن الصحفيين المهنيين يستخدمون المواد التي يُعدُّها المدوِّنون دون أن ينسبوها إليهم:

> في أي يوم من الأيام، ستجد في عمود إفرام هاردكاسيل [عمود الثرثرة في صحيفة الديلي ميل]، وعمود لندنير دايري [يوميات سكان لندن] وغيرها من أعمدة اليوميات، خبرين أو ثلاثة مسروقين بالكامل مني أو من جاي، دون أن

ينسبوا أيَّ شيء إلينا على الإطلاق، وعلى الأقل يضيف المدوِّنون رابطًا يقود إلى أول مكان قرءوا فيه خبرًا ما أيًّا كان هو. (إيان ديل، مدون)[41]

أكد لي الصحفيون المهنيون الذين غطَّوا هذا الخبر أن المدوَّنات لم تكن حاسمة في كشف حقائق هذه القصة، لكن مذيعة سياسية في الإعلام التقليدي ذكرت أنه أصبح من الضروري الآن على الصحفي الحديث الذي يرزح تحت ضغط الكثير من الأعباء أن يقرأ المدوَّنات السياسية؛ فقد أوضحت أنه ليس لديهم متسع من الوقت ليقضوه في التسكع في حانات وستمنستر بعد الآن لأنهم يكونون على الهواء أو يُعدُّون الأخبار طوال الوقت؛ ومن ثم تكون المدوَّنات هي طريقتهم للاطلاع على الفضائح وعلى القيل والقال، وحقًّا لطالما كان الصحفيون المهنيون يلجئون إلى مجلات الفضائح مثل «برايفت آي»، كمصدر للأخبار الهامشية وكمكان لاختبار الشائعات غير المدعومة بالأدلة. غير أن عالم المدوَّنات الآن يجعل هذا ظاهرة شبكية تفاعلية تعمل لمدة ٢٤ ساعة على مدار الأسبوع. أثار هذا قلق بعض المراسلين السياسيين:

في رأيي إن ما يفعلونه غير مبرر بالمرة؛ هم لا يساعدون على نقل الأخبار بل يعوقونها. ثمة قضايا هامة يجري مناقشتها لكنهم يرونها ألاعيب دعائية رخيصة يستغلونها كي تُذكَر أسماؤهم في الإعلام. إني أتحدث إلى المدوِّنين وأستعين بهم لكنهم ينشرون أخبارًا ليس لديهم أدلة عليها. من المستحيل أن يكون هذا سليمًا.[42]

يتمتع المدوِّن حقًّا بحماية؛ فمن الصعب أن تقاضيه إذا كان الموقع يستضيفه خادم من خارج المملكة المتحدة، والأفراد أقل عرضة للمقاضاة وغير معرَّضين للضغوط المؤسسية التي قد تشعر بها مؤسسة إعلامية تقليدية لها اسم تجاري بينما تحاول حماية سمعتها بأنها جديرة بالثقة. تختلف مدوَّنة نيك روبنسون الذي يعمل بالبي بي سي اختلافًا طفيفًا عن عمله الإذاعي؛ فهي أكثر تخمينية في نبرتها، وكل بند من بنودها أقل «رصانة» مقارنة بالطابع الرسمي المطلوب على الهواء، لكنها لا تزال بعيدة جدًّا عن «المخاطر» التي يرى أن المدوَّنات المستقلة تمثِّلها:

يقول المدوِّنون إننا لا نغطي خبرًا ما لأننا جبناء. هذا هراء؛ فنحن لا نغطي خبرًا معينًا لأنه لا توجد حقائق تدعمه. لا بد أن نكون حذرين ألا نستخدم المدوَّنات

> كمبرر لنتخطى معاييرنا وقواعدنا وأخلاقيات الصحافة. وثمة مجازفة من أن يستخدم الأشخاص المدوَّنات كطريقة لنقل أخبارٍ، ما كانوا ليقدموها بأنفسهم في المعتاد؛ كي تذاع على الهواء أو تُطبع في الصحف. (نيك روبنسون، محرر سياسي بالبي بي سي)[43]

من الحقيقي أن الصحفيين السياسيين أكثر تقيُّدًا من المدوِّنين فيما يمكن أن يقولوه؛ الصحفي المهني الذي يبتغي الحصول على معلومات من الساسة يُضْطَرُّ إلى أن يدَع السياسيين «يستغلونه». ينبغي أن يتعلم الصحفيون السياسيون أن يحبُّوا المدوَّنات؛ ويعود هذا جزئيًّا إلى أنهم هم أنفسهم يصيرون مدوِّنين على نحو متزايد. تذكَّر أن سلسلة فضائح بريسكوت بأكملها قد بدأت بالبث الصوتي المثير الذي قدمه ديفيد هينكي، ولكن يعود هذا أيضًا إلى أن الإعلام المستقل على الإنترنت يقدِّم بالفعل مدخلات ضرورية من منظورات ومعلومات جديدة؛ فهو يقدِّم مسارًا بديلًا للحوار السياسي، يزعم أنه يملك حقيقة وبصيرة خاصة به، وقد عبر جاي عن هذا قائلًا:

> لقد ولَّت أيام تكتلات وسائط الإعلام التي تقرر الأخبار وفقًا لنهج فورد الذي يتدرج من القمة إلى القاع. لم تعد الأخبار هي ما يجيزه المذيع باكسمان والمحرر روبنسون. ستُجرد وسائل الإعلام الكبرى من دور الوساطة الذي تضطلع به لأن التكنولوجيا قللت تكلفة نشر المعلومات على نحو هائل. لا تظن أنني دخيل على مجال الإعلام يقوم بعملية التدوين وهو مسترخٍ في منزله؛ فكل كاتب يوميات في جريدة أخذ أخبارًا من مدونتي، ومصادري هي الآلاف من عشاق السياسة الذين يأتون إلى مدونتي من أجل متابعة الإشاعات، وأفضل مصادري هم في الغالب الصحفيون الأصغر سنًّا والأوسع اطلاعًا الذين لا تُنشر أخبارهم. (بول ستينز المعروف أيضًا باسم «جاي فوكس»)[44]

واحدة من الملامح الرئيسية التي تميِّز مشهد الإعلام السياسي البريطاني هي التوتر ما بين الصحفيين، فضلًا عن التوتر ما بين الصحفيين ومن يشغلون المناصب، وغالبًا ما يخلق هذا مناخًا مليئًا بالأحقاد يمكن أن يُسفر عن صحافة رديئة الجودة أو متحيزة. سيحدث هذا على الإنترنت إلى جانب منصات الإعلام التقليدي. يمكن القول أيضًا إن التنافسية هي ما يمكِّن الإعلام البريطاني من تجنب الثقافة المنعزلة الودِّية لسلك صحافة البيت الأبيض أو قصر الإليزيه. وسوف يُسهم المدوِّنون في هذه التنافسية، لكن إذا احتفظ

صحفيو الإعلام التقليدي بكفاءتهم المهنية، إذن بكل تأكيد ليس ثمة ما يدعوهم للقلق وسيحققون منافع جمة في كل الأحوال من العلاقة الأكثر اتصالًا. قد لا تكون الصحافة السياسية الشبكية دائمًا مشهدًا رائعًا لكنها تحدث في وستمنستر. وبدلًا من التقهقر إلى المواضع القديمة، من المفترض استخدام الصحافة الشبكية كطريقة لإنعاش الصحافة السياسية والضغط على الحكومة للقيام بالشيء نفسه.

(٢-٦) ما وراء المدوَّنات: مشاركة المواطنين

الصحافة الشبكية لا تقتصر فقط على التدوين أو التفاعلية. الصحافة السياسية الشبكية هي أكثر من مجرد علاقة تكافلية بين الإعلام التقليدي والمدوِّنين؛ فدور الصحافة السياسية أكبر بكثير من مجرد التعامل مع مؤسسات الديمقراطية التمثيلية. والمشاركة المدنية آخذة في الاضمحلال، وثمة مخاوف من اختفائها تمامًا. كما رأينا، فإن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي هي الآن منتدًى لتبادل الرسائل السياسية؛ ومن ثم هي تكوِّن فعليًّا نوعًا جديدًا ناشئًا من الصحافة أيضًا. كيف تُقحم وسائل الإعلام الإخبارية نفسها في هذا النوع من الحوار؟ هو أمر غير معروف بعد. لكن إذا أراد الصحفيون الشبكيون الانضمام إلى هذا الحوار السياسي في هذه الأوساط الجديدة، إذن فعليها أن تؤقلم نفسها.

وسيتعيَّن أيضًا على الصحافة السياسية الشبكية أن توجِّه أنظارها إلى قنوات التواصل السياسي الجديدة التي تنعشها مبادرات الديمقراطية الإلكترونية. تخلق الهيئات كافة وبالأخص الشركات والمنظمات الاجتماعية على نحو متزايد شبكات تواصل مع الجماهير. وتمزج تلك الشبكات بين الأداء الوظيفي لأنشطة المنظمة على الإنترنت وبين الرغبة في التواصل على نحو جادٍّ مع العميل أو المواطن. على سبيل المثال، يمكن استخدام موقع هيئة محلية لتقاضي أجرة تصاريح انتظار السيارات أيضًا كطريقة لاستطلاع رأي المقيمين. تلك الأنواع من المساحات هي الأماكن التي تحتاج الصحافة السياسية الشبكية التواجد بها، من نفس المنطلق الذي كان يحضر به الصحفيون المحليون اجتماعات البلدية العامَّة. وأؤكد مرة أخرى، أنه عندما «تذهب» الصحافة السياسية الشبكية إلى هذه المساحات الجديدة فإنها تكون بشروط مختلفة؛ فالآن سوف يصبح الجماهير جزءًا من العملية؛ إذ سيساعدون في وضع خطة العمل والتحكم في تدفق المعلومات، وستكون الصحافة السياسية الشبكية المنسق لهذه العملية، وليست مجرد ناقل لها.

وفي أحيان كثيرة تنظر الحكومات إلى الديمقراطية الإلكترونية على أنها طريقة لإبعاد الإعلام وترسيخ علاقة مباشرة بين الحكومة والشعب. والواقع هو أن الإعلام الشبكي وسيلة ضرورية لجعل هذه العلاقة تنجح بطريقة عملية وتمثيلية. لا يريد الجماهير الاضطرار إلى تلقِّي فيض المعلومات السياسية مباشرة؛ فالصحافة الشبكية موجودة كي تشاركهم في فعل هذا. انظر إلى محاولة حكومة المملكة المتحدة إنشاء نظام عريضة إلكترونية بموجبها يمكن للأفراد إنشاء عريضة على موقع ١٠ داونينج ستريت (مقر إقامة ومكتب رئيس وزراء بريطانيا). أنشأ الناس مئات العرائض، الكثير منها تافه وبعضها جادٌّ، كانت أشهرها عريضة تظلُّم ضد اقتراحات الحكومة بشأن رسوم استخدام الطرق وقَّعها أكثر من مليون شخص.[45] كان مستحيلًا أن تقبل حكومة العمال مطالبها، وقد اعتُبرت هذه العريضة صفعة كبيرة على وجه رئيس الوزراء، واعتُبر رفضه لمطالبها دليلًا على أن الديمقراطية الإلكترونية زائفة. لكن لم تكن المشكلة في أن العريضة أثارتها جماعات الضغط، ولا أنها عارضت سياسة الحكومة، وإنما كمنت المشكلة في أن العريضة اعتُبرت تدريبًا على فكرة التأثير على السياسة وليست كوسيلة للتواصل. وكوسيلة للتواصل كانت وسيلة بدائية وأحادية الجانب إلى حدٍّ كبير. وعد توني بلير أن يرد عن طريق البريد الإلكتروني على كل هؤلاء الذين وقَّعوها، لكن إرسال رسالة البريد الإلكتروني نفسها إلى مليون فرد ليس نقاشًا سياسيًّا عميق المغزى. لو كان هناك إعلام شبكي لأتاح تمثيلًا أكثر دقة لهذه الآراء وحوارًا أفضل بالإضافة إلى توقعات أكثر واقعية. على سبيل المثال، كان أحد مواقع الويكي سيتيح إقامة منتدًى للتفاعل، وكانت سلسلة من المدوَّنات ستسمح للأفراد بالتعبير عن آراء وتعليقات مدروسة أكثر، ومع ذلك، على الأقل ذكَّرت هذه العريضة الحكومة برغبة الجمهور في التعبير عن نفسه على الإنترنت وضرورة تحلِّي أولئك الذين هم في السلطة بالمزيد من التواضع والانفتاح.

إن الهدف الأسمى للصحافة السياسية الشبكية هو التعامل مع فقدان الجماهير الثقة في الإعلام والسياسة. ليس مبتغاي هو أن يحب الجماهير الصحفيين أو الساسة، ولست أريد أن يحب الصحفيون الساسة أو حتى الجماهير. لكن الممارسات الإعلامية الشبكية تقدِّم للصحفيين الفرصة لوضع المزيد من الأمور في نصابها الصحيح من خلال الاتصال بالعامة والسماح لهم بتصويب للأخطاء، فمن خلال مشاركة الصحفيين جدول الأعمال، فإنهم يوفرون الفرصة لجعل الأخبار أكثر صلة بالواقع. عندئذٍ يرجع الأمر إلى الحكومة بشأن الإفصاح عن أجندة سياساتها. في النهاية لا تقدِر الجماهير إلا على تلقي

قدر محدود من السياسة أو الأخبار السياسية، وأخيرًا، يتعلق الأمر بالأفعال الحقيقية، لا التمثيل؛ ومن ثم يراودني الكثير من الشك بشأن المزاعم التي تقول إن الإعلام الجديد هو أكثر ديمقراطية من الإعلام التقليدي تلقائيًّا. كثير من المنصات الإعلامية الجديدة تفتقر إلى المساءلة والتشريع المؤسسي على سبيل المثال. ثمة مخاطر أخرى على الصحافة السياسية في ظل الاتجاهات الراهنة؛ إذ يوجد تفتيت للعملية الإخبارية فيه تختزل المنافذ المتعددة فكرة الحوار المشترك، وتوجد إمكانية لحدوث الاحتيال الرقمي الذي يمكن أن يُسهم في فقدان الثقة في الإعلام، وهناك احتمالية تجرُّد الصحفيين من المهارة بفعل الضغوط الاقتصادية التي تدفعهم على القيام بمهام متعددة. يحتاج الصحفيون الشبكيون إلى وقت أكثر، لا أقل، لإمعان التفكير في عملهم، ومع ذلك هذه المخاطر هي أقل إثارة للقلق بمراحل من الإخفاقات الراهنة «للإعلام ومجال السياسة القديمين» فيما يتعلق بتقديم خدمة جيدة للعامة. إن قدرة تقنيات الإعلام الجديد وتنافسية الإنترنت على إضافة تنوع وتنافسية تعني أننا ينبغي أن نحصل على علاقة أفضل بين الجماهير والساسة. لا يوجد مكان يحتاج إلى علاقة أفضل بين الحكومة والشعب مثل أفريقيا. دعونا الآن نلقِ نظرة على فرصة خلق أشكال جديدة من الصحافة لتؤثر على سياسات الإعلام هناك.

(٣) أفريقيا: الصحافة الشبكية، والحوكمة والتنمية

> لا تقلل حرية التعبير وحرية الصحافة من انتهاكات السلطة الحكومية فحسب، بل تعزز احتمالية تلبية الاحتياجات الاجتماعية الأساسية للأفراد أيضًا. (جوزيف ستجليتس)[46]

بعيدًا عن المطالبة بأحقية الصحافة الشبكية وسط الأسواق الإعلامية الثرية بشكل فاحش والمتطورة تكنولوجيًّا في الولايات المتحدة وأوروبا، من الممكن أيضًا رؤية أن الصحافة الشبكية لها تأثير على الاقتصادات سريعة النمو لدول مثل الصين والهند. سيكون مذهلًا أن نبحث ونفسر الكيفية التي يمكن أن يكون بها للصحافة الشبكية مستقبل في أماكن مثل كوريا الجنوبية وروسيا أيضًا. من الضروري ألا نكتفي برؤية أن الصحافة الشبكية عملية ملائمة فقط للولايات المتحدة والمملكة المتحدة؛ هذين السوقين الكبيرين اللذين هيمنا على هذا الكتاب. لكن أود أن أتأمَّل تحديًا أصعب لمستقبل الصحافة وهو أفريقيا.

يستحيل أن نطلق أحكامًا عامَّة حول هذه القارة المتنوعة، لكنني سأحاول أن أوجز مدخلًا نظريًّا للصحافة الشبكية وعلاقتها بأفكار الحوكمة السياسية والتنمية الاقتصادية والاجتماعية. يمر الإعلام في أفريقيا الآن بلحظة في غاية الإثارة في تاريخه. ثمة سلسلة من المبادرات العالمية الكبيرة[47] تحدث كجزء من مساعٍ عالمية لضخ المزيد من المال في تنمية القارة وتقليل ديونها وتعزيز التقدُّم السياسي بها. ثمة اهتمام متجدد بدور الإعلام في أفريقيا لثلاثة أسباب رئيسية:

(١) يعتبر الإعلام طريقة نافعة لنقل رسائل التنمية، فالراديو والصحف والتليفزيون ووسائل الاتصالات الأخرى هي طرق في غاية الفاعلية لتوصيل معلومات عن الصحة على سبيل المثال إلى الأشخاص، ولا سيما في المجتمعات التي ينخفض فيها معدل الإلمام بالقراءة والكتابة والتي تعاني من ضعف البنية الأساسية الحكومية ورداءة التعليم.

(٢) الإعلام صناعة تستحق التطوير في حد ذاتها؛ إذ تساعد في توطيد أشكال أخرى من التنمية الاقتصادية والاجتماعية. يخلق الإعلام فرص عمل ويعزز صناعات ذات الصلة مثل الدعاية والإعلان والإنتاج الإعلامي. ويساعد التواصل الأفضل من خلال الصحافة الاقتصادية والدعاية والإعلان والأخبار العامَّة في التعريف بالمنتجات والخدمات.

(٣) الإعلام أحد طرق إخضاع الحكومات للمساءلة وزيادة الشفافية فيما يتعلق بتقديم المعونات. الإعلام الناجح والمستقل يضع المزيد من المعلومات في متناول العامَّة حتى يمكن للأفراد الإلمام بمجريات الأمور. تساعد الصحافة السياسية الجيدة الساسة في التواصل مع المصوِّتين، لكنها أيضًا تتيح للمصوتين الحكم على سجل أولئك الذين هم في السلطة بدءًا من الضباط المعنيين بإصدار المخالفات للسيارات المخالفة ووصولًا إلى الرؤساء.

لكن فيما تدرك وكالات الإغاثة والبلدان المتبرعة أهمية الإعلام الإخباري النابض بالحيوية، ثمة إجماع ضئيل على كيفية تعزيزه.

نحن على حق في أن نفكر أولًا قبل أن نساند على نحو أعمى تنمية الإعلام؛ ففي نفس اللحظة التي وافق فيها العالم على أن يضخ مزيدًا من المال في أفريقيا، كانت هناك موجة من التحليلات — من إعداد الصحفيين في أغلب الأحيان — تتحدث عن فشل

التبرعات الغربية في الماضي.[48] يمكن من خلال قراءة التاريخ إثبات أن المعونات فشلت. من خلال أي تحليل معقول للفوائد مقارنة بالتكلفة يتبين أن كمية المال المتدفق إلى أفريقيا لم يسفر عن منافع جوهرية مستدامة؛ فعلى الرغم من تقديم مئات المليارات من الدولارات للإغاثة، فإنها تأبى باستماتة أن تتغلب على متاعبها الاقتصادية الجمة. حدثت بالفعل إصلاحات في أنحاء القارة مثل: القضاء على التفرقة العنصرية، وحدوث تغييرات سلمية للسلطة في أماكن مثل موزمبيق، والتحرر الإعلامي واسع النطاق، وكانت هناك حالات نجاح تنموية كبيرة مثل نمو معدل محو الأمية، ومع ذلك، بالرغم من كل هذه الإصلاحات تظل أفريقيا متأخرة على نحو هائل. تزدهر كلٌّ من الهند وآسيا بصفة عامَّة، وتتقدم أمريكا اللاتينية. إذن لماذا لا تتقدم أفريقيا؟

إن وصف الإعلام الغربي لأفريقيا هو وصف مليء بالحروب والمجاعات والكوارث، وهي نظرة لا تخلو من الصحة؛ فلطالما كانت هناك حروب كثيرة في أفريقيا منذ زيادة استقلال الدول الأفريقية بعد الحرب العالمية الثانية، وفقًا لتقرير منظمة العفو الدولية لعام ٢٠٠٦:

> تأثرت على الأقل اثنتا عشرة دولة في أفريقيا بالنزاعات المسلحة. تمثل بعض من الأسباب الكامنة وراء النزاعات في تهميش مجتمعات معينة، وانتشار الأسلحة الصغيرة، والنزاع من أجل السلطة الجغرافية السياسية، والتحكم في الموارد الطبيعية. (منظمة العفو الدولية)[49]

يصل دخل الفرد في أفريقيا إلى حوالي نصف دخل الفرد في أمريكا اللاتينية، ولا تزال في تراجع على الرغم من امتلاكها الموارد الطبيعية الغنية التي تجذب الآن انتباه الصينيين المتعطشين للحصول على المواد الخام والذين لا يبالون في الأساس بتنمية أفريقيا، وفقًا لبرنامج الأمم المتحدة المعني بمتلازمة نقص المناعة المكتسبة[50] أسفر الفيروس عن ٢,١ مليونًا من الوفيات عام ٢٠٠٦ و٢,٨ مليون إصابة جديدة، ليصل إجمالي عدد المصابين بفيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز في القارة إلى ٢٤,٧ مليون شخص يعيشون بالمرض، ومع ذلك لا يزال العديد من الزعماء مثل زعيم جنوب أفريقيا تابو إيمبيكي في حالة إنكار بشأن مسبباته. لا يزال فساد القطاعين العام والخاص مستشريًا في أنحاء أفريقيا؛ مما يسد القنوات الاقتصادية وينفِّر الأفراد من تنفيذ استثمارات تجارية شرعية

ويهدر أموال المعونات. مرة أخرى نستشهد ها هنا أيضًا بتقرير منظمة العفو الدولية لعام ٢٠٠٦:

> واصل الفساد العام الهائل المنتشر في أفريقيا المساهمة في خلق دائرة مفرغة من الفقر المدقع، متجلِّيًا في انتهاكات لحقوق الإنسان المعترف بها دوليًّا ولا سيما الحقوق الاقتصادية والاجتماعية، وفي المؤسسات والقيادات الضعيفة، وفي تهميش معظم قطاعات السكان الضعيفة بما فيها المرأة والأطفال.[51]

وعليه؛ فلعله ليس مستغربًا أو خاطئًا أن هذه هي صورة أفريقيا التي يصورها الإعلام الغربي. إذا كانت هذه الصورة تنطوي على سكان غير نشطين وسياق سياسي راكد، فهي إذن ليست صحيحة. إن كانت تشير إلى أن الفشل هو بطريقة ما في صميم «طبيعة» أفريقيا، إذن فهي صورة كاذبة. تعاني أفريقيا من مشكلة سياسية، وبينما يمكن أن تكون هذه المشكلة أكثر عسرًا من مشكلات معظم البلدان، فإنها ليست مستعصية على الحلِّ. لكن أول خطوة على درب حلِّ مشكلة سياسية هي التسليم بوجودها. ماذا يفعل الإعلام الأفريقي للربط بين الفشل ومجال السياسة؟ للأسف الإعلام جزء كبير من المشكلة. توضح أي خارطة لحرية الإعلام أن أفريقيا توجد على قدم المساواة مع الصين والاتحاد السوفيتي السابق. هذا القمع هو سبب رئيسي حقًّا لفشل الإعلام التقليدي الأفريقي حتى الآن. غير أنه لا يوجد عيب متأصل في الصحافة الأفريقية، كما سيشهد أي شخص يعمل مع صحفيين أفارقة أو يحضر أحداثًا مثل «جائزة الصحفيين الأفارقة» التي تمنحها شبكة سي إن إن.[52]

يشير كل هذا إلى أن دور الإعلام الهادف للتنمية فشل في تغيير حقائق الوضع الأساسية شأنه في ذلك شأن الكثير من وسائل التنمية الأخرى في أفريقيا. وبالطبع قد يقول قائل إنه لم يجرِ تجريب الإعلام الهادف التنمية بشكل سليم بعد. دعونا نتوقف عن النقاش التاريخي ونفكر فيما قد ينجح. لست أشير إلى أن هذا سوف يحلُّ كل مشكلات أفريقيا. غير أن الديمقراطيات الليبرالية المتقدمة كافة تسلِّم بأن الإعلام التعددي الناجح هو جزء من نجاحها. لماذا ترضى أفريقيا بأقل مما تستحق؟ هذه هي الأسباب التي تدعم الإعلام الهادف للتنمية والإعلام الذي يتبنى الصحافة الشبكية. لكننا نحتاج أولًا أن نفهم ماذا نعني بالمصطلح. ثمة نوعان من الإعلام الإخباري الأفريقي؛ إعلام عن أفريقيا وإعلام من إنتاج أفريقيا. والإعلام بغرض التنمية معنيٌّ بكليهما.

(٣-١) الإعلام الغربي الهادف للتنمية

إن الطريقة التي يصوِّر بها بقية العالم أفريقيا لها تأثير كبير على كيفية صنع الحكومات قراراتها بشأن المعونات. من الواضح أن حملات مثل «لايف إيد» (تحت شعار «يوم غيرت الموسيقى العالم»)[53] و«لايف ٨» (تحت شعار «اجعل الوعود تتحقق»)[54] ساعدت في وضع ضغوط شعبية على الساسة. لقد استخدمت الإعلام بطريقة واضحة للغاية، استعانوا خلالها بهيئات بثٍّ كبرى مثل البي بي سي لإنتاج مواد تكميلية. إن الجهات الخيرية مدركة تمام الإدراك كيف يمكنها استغلال وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها.

عند مستوًى معين هذا شيء جيد للغاية. بالتأكيد لا يمكن أن يعارض أحد تعريف الناس أكثر بأفريقيا والاهتمام بمشكلاتها. لكن يوجد خطر من وضع المحنة الأفريقية في إطار كونها مشكلة يمكننا المساعدة في حلها من خلال حفلات الروك. نادرًا ما جرى التعامل مع المشكلات التي تواجهها أفريقيا والطريقة التي تتعامل بها جهات المساعدة مع هذه المشكلات على أنها موضوعات تصلح للنقاش والنزاع. ينظر الصحفيون الغربيون إلى أفريقيا على أنها حقيقة مسلَّم بها؛ وعليه فإن الإعلام الإخباري الغربي يركز على سردية سياسية تحكي عن أصحاب الحملات النبلاء الذين يسعَون إلى إقناع الساسة المترددين بأن يُهْرَعُوا إلى مساعدة أفريقيا، ويُخصص لنشطاء الأعمال الخيرية مساحة مميزة ضمن تقارير النشرات الإخبارية ومساحة كبيرة في الصحف حيث يُسمَح لهم بنقد الحكومات لعدم تنفيذ ما تريده مجموعات الضغط. المتحدثون الرسميون هم طريقة نافعة للصحفيين لإضافة الطابع المأساوي على خبرٍ ما، لولا ذلك لكان خبرًا في غاية التعقيد ومملًّا في الغالب. عبارات مثل «لكن أوكسفام استهجنت المبادرة باعتبارها تقدِّم القليل وبعد فوات الأوان» تتيح للمراسل الإشارة إلى وجود انقسامات عميقة، وبعض الجدل الدرامي دون الاضطرار إلى الخوض في تفاصيل، هذا ناهيك عن التحليل أو الجدل، حول الحقائق على الأرض في ميدان العمل. نادرًا ما نسمع أي شخص يذكر أن المنظمات غير الحكومية هي أيضًا رافعة شعارات غير منتخبة، وجامعة للتبرعات، وتبسط رسالتها؛ كي تبرز دورها بنفس قدر إثارتها للنقاش، ووراء الكواليس هي في الغالب تعمل يدًا بيد مع نفس الحكومات التي تنتقدها على الملأ. ليس مألوفًا أن يسأل الصحفيون المنظمات غير الحكومية عن سبب فشل المعونات في الماضي، أو هل يمكن أن يكون السوق طريقة أفضل لتحقيق نتائج أم لا، ومع ذلك يشعر الصحفيون بنوع من الدافع الأخلاقي لتجنيب المنظمات غير الحكومية الأسئلة المحرجة؛ إذ من يستطيع أن

يعارض منح أفريقيا البائسة المزيد من المال؟ بطريقةٍ ما أرى أن هذا النوع من التناول يمكن أن يكون ساذجًا سذاجة تغطية «كارثة أفريقيا» التي تصوِّر القارة بأكملها على أنها مأوًى لسكان سلبيين يتحمَّلون كوارث مروعة سواء أكانت «طبيعية» أو يجلبونها هم على أنفسهم. الصورة الأساسية التي تعبِّر عن هذه النوعية من الصحافة هي صورة لرضيع كبير البطن مستلقٍ على أرضية كوخ طيني وهو ينازع الموت والذباب يحتشد حول عينيه الغائرتين. وعلى ما يبدو نجح القائمون على الحملات في إقناع الساسة؛ ومن ثم سوف يتدفق المزيد من المعونات على أفريقيا. لأفريقيا الأولوية في تلقي المال مقارنة بجهات أخرى، لكنني آمل أن تقدِّم الصحافة هذه المرة صورة أكثر تعقيدًا عن السياسة التي سوف تحيط بتلك المعونات في المستقبل. آمل حقًّا إنفاق جزء من المال على الصحافة الأفريقية نفسها.

(٣-٢) إعلام أفريقي من أجل التنمية

يوجد ثلاثة قطاعات من وسائل الإعلام الأفريقية، يلعب كلٌّ منها دورًا في التنمية.

أولها: «الإعلام المجتمعي» وهو عبارة عن مشروعات خاصة صغيرة الحجم غير هادفة للربح وبعض محطات الراديو المملوكة للدولة التي تتمركز في المجتمعات. يرى الإعلام المجتمعي أنه يلعب دورًا خاصًّا في تقدُّم الأهداف التنموية والسماح للمجتمعات بالتعبير عن نفسها. وهو غالبًا ما يكون مدعومًا مباشرة من المنظمات الخيرية الدولية وينقل رسائل تنمية مجتمعية، قد تتخذ شكل مواد دعائية بسيطة أو وسائل أكثر تعقيدًا لرفع الوعي مثل المسلسلات الاجتماعية الدرامية.

ثاني قطاع من وسائل الإعلام الأفريقية هو «الإعلام المملوك للدولة»، ولا سيما خدمات البث الإذاعي والتليفزيوني، وهو يصل إلى أكبر قطاع من الجمهور، وفي الغالب له التأثير الأكبر، ولكن من جانب آخر يمكن أن يؤدي عجز الموارد والعمالة المدربة إلى برامج ضعيفة الجودة، والتحيز للحكومة، والإفراط في التركيز على القضايا الحضرية. يولِّد انعدام الأمن المالي الناجم عن عدم وجود تمويل حكومي ثابت الحاجةَ إلى السعي وراء موارد من الدعاية والإعلان؛ ومن ثم تقليل الفرص أمام المحطات الإذاعية الخاصة. وإلى جانب هيئات البث، يملك معظم الحكومات في أفريقيا صحفًا ووكالات إخبارية أو تتحكم فيها، ومعظمها يعكس في عمله تحيزًا للحكومة.

القطاع الأخير هو «الإعلام الخاص» وهو يُرى على أنه يقدِّم عنصرًا مستقلًّا قادرًا على القيام بدور الرقيب على الحكومة وقادرًا على المساعدة في إخضاع الحكومة للمساءلة. يُنظر إلى جزء من الإعلام الخاص على أنه يسير فقط بدافع الربح ويمتثل بشدة للمصالح التجارية؛ مما يضر بجودة البرامج التي تخدم نطاقًا واسعًا من الجمهور. ويشير النقاد إلى أنه يفرط في الاعتماد على الواردات الأجنبية الرخيصة أو «تبسيط» المحتوى. يسهم الإعلام الصحفي الخاص باطراد في تنوع المشهد الإعلامي.

لكلٍّ من هذه القطاعات الثلاثة دور ليقوم به في الإعلام الهادف للتنمية. ويوجد نوعان من الإعلام الهادف للتنمية.

يركز الإعلام الاجتماعي الهادف للتنمية على نقل المعلومات التي لها تأثيرات اجتماعية مباشرة — عادة ما تكون في المجالات التعليمية والصحية والاقتصادية — وتتولى المنظمات غير الحكومية هذه المهمة بالكامل تقريبًا وتستخدم تشكيلة من المنصات من بينها الراديو والمسرح والشعر والإعلانات والعلاقات العامَّة لنقل الرسائل الاجتماعية. وعادة ما يهتم هذا الإعلام بشدة ببرامج سياسات معينة مثل التطعيمات ومنع الحمل ومحو الأمية.

ويحاول القائمون عليه دمج وسائل الإعلام الإخبارية الخارجية من خلال الرحلات والدعاية والتقارير والأحداث الموجهة مثل حفلات الروك. وفي حقيقة الأمر هو عبارة عن علاقات عامَّة هادفة، وهو يسعى بالمثل إلى إدماج الإعلام الأفريقي الداخلي، وإن كانت الدلائل تشير إلى أنه يمضي وقتًا أطول في التواصل المباشر.

تهتم التنمية الصحفية بدعم تنمية وسائل الإعلام الإخبارية الأفريقية نفسها، وهي تسعى إلى بناء قدرة صحفية داخل أفريقيا من خلال تدريب أو تدعيم الصحفيين والهياكل، مثل اللوائح، التي تعزز قطاع إعلام إخباري؛ فهي تدعم الإعلام الإخباري في تأدية دوره كوسيلة للمساءلة والشفافية وكمنتدًى للنقاش، وهي خليط من القطاعين العام والخاص. تدعم هيئات مثل صندوق الإنماء التابع لإذاعة البي بي سي تدريب وتنمية الأطر التنظيمية.

(٣-٣) السياق الأفريقي

جميع الوسائل الإعلامية محلية؛ ومن ثم نحتاج إلى الانتباه إلى الظروف الخاصة التي تكتنف صحافة أفريقيا. ثمة رأي قائل بأن أسواق الإعلام الأفريقي مختلفة بسبب الوضع

السياسي التاريخي والمعاصر للمجتمعات الأفريقية. مثل هذه الآراء مفيدة من ناحية أنها تنفع في التمييز بين السياقات المختلفة للتنمية الإعلامية. غير أنه يجدر بنا أن نكون ناقدين بصرامة لهذه «الاستثنائية» لأنها يمكن أن تصير بسهولة عذرًا للفشل والقمع.

يوجد أربعة ظروف رئيسية لوصف سياق تنمية الصحافة في أفريقيا، وإن كان أي بلد يمكن أن يكون عرضة لأكثر من ظرف منها، وهذه الظروف هي:

(١) الدول الهشة.
(٢) الدول المحررة.
(٣) الدول المعقدة.
(٤) الدول الفقيرة.

الدول الهشة هي دول مثل الصومال وسيراليون والسودان التي لا تملك تقريبًا هياكل عامَّة عاملة؛ فالمؤسسات مثل المدارس والمستشفيات وهيئات الاتصالات هي فعليًّا مستقلة عن الدولة. تدَّعي الحكومات الناشئة في الدول الهشة أنها لا يمكن أن تكون عرضة لنفس الفحص والتدقيق الذي تمارسه الصحافة الحرة في أي مكان آخر، بل وتتمادى وتصر على أن الإعلام لا بد أن يكون مقيَّدًا؛ ومن ثم يمكن للسلطات الناشئة أن تقمع نوعية الصحافة التي يمكن أن تثير المزيد من الصراعات، وهي تقول فعليًّا إنه يتعيَّن على الإعلام التوقف مؤقتًا عن لعب دور «الرقيب»، وإن كانت الحكومة تتعرض لهجوم مادي فإنها في حاجة إلى الدعم لا النقد، وإن كانت الآراء الإعلامية في غاية القوة لدرجة أنها تسبب الصراعات كما حدث في رواندا، إذن فبكل تأكيد لا بد من تقييد الإعلام.[55]

وكثيرًا ما تقتضي الدول «المحررة» المساس بحرية الإعلام بذريعة تحقيق ودعم السلطة السياسية، وهذه نسخة أكثر حزمًا من حجة الدول الهشة، وقطعًا لا تنفرد بها أفريقيا بأي حال من الأحوال، وفيما يلي نصها: «لقد حصلنا لتوِّنا على استقلالنا من السلطة الاستعمارية أو الديكتاتور، وخليق بنا جميعًا أن نُظهر انضباطًا وطنيًّا في مواجهة المصاعب ونتحد معًا من أجل الصالح العام.» عندما زرت الهند مؤخرًا كان هذا لا يزال واضحًا هناك. كان هناك انطباع بأن الإعلام من المفترض أن يكون مساندًا للهند في سعيها لتصبح قوة عالمية. وهذا هو الحال في فنزويلا أيضًا؛ حيث يُطلب من الصحفيين التغاضي عن القيود المتزايدة على حرية الصحافة من أجل الصالح الأعم المتمثل في النضال ضد الولايات المتحدة.

تشدد «الدول الاستثنائية» على تقييد حرية الإعلام بحجة أن بنيتهم التاريخية أو الاجتماعية تشير إلى أن الإعلام الحر الليبرالي التعددي غير مرغوب فيه. منذ تولي الرئيس موسيفيني رئيس أوغندا السلطة منذ ما يزيد عن عشرين عامًا وهو يسمح بحرِّية صحافة أكبر؛ حتى إنه يوجد الآن مجموعة من الأصوات الإعلامية المستقلة بل والناقدة. لكنه يقول إنه في ظل بلد تئوي ما يزيد عن ٤٠ جماعة لغوية مختلفة لها مطالب سياسية تنافسية، لا يمكن لأوغندا أن تقدِّم صحافة حرة بالكامل. لا بد من السماح للحكومة المركزية أن تمارس الرقابة. لهذا السبب لا تزال أوغندا دولة حزب واحد فعليًّا. أغلق موسيفيني مؤخرًا محطة تليفزيونية مستقلة جديدة واعتقل صحفيين صرحاء متذرِّعًا بأن الكثير من المعارضة سوف تعيد خلق الانقسامات في المجتمع الأوغندي التي أسفرت عن فترات الحكم السيئ للرئيسين أوبوتي وأمين.[56]

«الدول الفقيرة»: الحجة الأخيرة هي أن أفريقيا لا تملك ببساطة الموارد كي تنعم بنوعية الإعلام التعددي الجدير بالثقة الذي يمكن أن يؤتمن على لعب دور في إخضاع الحكومات للمساءلة. يتلقى الصحفيون تعليمًا وتدريبًا رديئين للغاية، فهم ليس لديهم المعلومات الملائمة ولا يفهمون القضايا، وهم يتقاضون رواتب ضئيلة ومن ثم يصبحون فاسدين، والصحفيون الذين يكتسبون ثقافة أو مهارات يهجرون الإعلام للعمل في منظمات دولية أو في الحكومة. يشيع القول إنه لا يوجد المال لدعم الدعاية أو اشتراكات لمساندة الإعلام المستقل.

كل هذه الحجج لها نصيب من الصحة، ومن المفترض وضعها كلها في الحسبان عند تخطيط إعلام يهدف إلى صنع استراتيجيات تنموية من أي نوع. والفشل في تمييز هذه الحجج يتعارض وروح الإعلام من أجل التنمية. لكن هذه الحجج في أسوأ أحوالها هي مجرد أعذار. إن مفتاح التغلب على القيود المفروضة على النقاش هو مواجهة قضية «الملكية» السياسية.

(٣-٤) الملكية الأفريقية للإعلام الهادف للتنمية

كان هناك صراع في الماضي بين نموذج المستعمر ونموذج الاستقلال لدور الإعلام في أفريقيا. يتجاوز هذا الملكية الاقتصادية الفعلية للصناعة نفسها. يدفع الإعلامي الأكاديمي الأفريقي فاكسون باندا بأن ترسيخ ملكية سياسية للممارسة الإعلامية الأفريقية هو أمر ضروري في حسم نجاح الإعلام كقوة من أجل الحوكمة والتنمية.[57] ويذكر أن هناك

أربع طرق لتناول هذه الملكية السياسية للإعلام: ملكية أيديولوجية ومفهومية وإجرائية وسياقية.

يتركز الجدل حول الملكية الأيديولوجية على كون الإعلام من أجل التنمية امتدادًا للأفكار التي تقوم على ديمقراطية ليبرالية، أم أنه امتداد للإمبريالية الغربية؟ أيُفترض أن يكون إطار العمل الأيديولوجي نهجًا اشتراكيًّا أم نموذج السوق الحر على غرار النمط الأمريكي؟

ثمة جدل أيضًا حول الملكية المفهومية، فمن ذا الذي يحدد معنى المفاهيم المحيطة بالتنمية الإعلامية؟ وما هي الأنواع المتنافسة من «التنمية» و«الصحافة» التي نتخيَّلها؟ أينبغي على الأفارقة التسليم بالتوجه الحالي نحو «الصحافة التنموية» بينما يعتبرها كثيرون في «الغرب» أثرًا بغيضًا من آثار الماركسية الجديدة؟

من سيتحكم في هذا الإعلام التنموي ويشارك فيه؟ وبعبارة أخرى، من له الملكية الإجرائية؟ أيُفترض أن يحوزها الإعلام نفسه أم قادة الحكومة؟ كيف يمكن أن تدمج الجهات الفاعلة في الحقل السياسي على كلٍّ من المستويين القومي وعموم أفريقيا، بحيث تشرك الصفوة السياسية بالإضافة إلى العامَّة؟

وأخيرًا، هناك نقاش حول الملكية السياقية. يتعلق هذا جزئيًّا بكيفية ضمان إضفاء الطابع المحلي على ملكية الإعلام بغرض التنمية لتمثل «الأوضاع الأفريقية الفعلية» الكثيرة التي وصفناها أعلاه عندما تناولنا السياقات الأربعة الرئيسية لتنمية الإعلام الأفريقي.

هذه المناقشات المفهومية يمكن أن تصير أطر عمل إيجابية للتنوع وليست عوائق للتقدم، ويمكن فعل ذلك عن طريق التركيز على نموذج تطوير الصحافة ومن خلال إدخال إطار عمل الصحافة الشبكية. لا يتضمن هذا إقصاء مناهج الإعلام الهادف للتنمية الأخرى، لكنه يعني التركيز على بناء أسواق وقدرات وعلى محو الأمية الإعلامية.

الطريقة الوحيدة التي يمكن بها للصحافة الشبكية أن تعزز نفسها هي من خلال إدرار المال كصناعة وأيضًا كسبيل لرفع كفاءة الأسواق الأخرى عبر الدعاية وتبادل المعلومات. يزيد هذا من فرص خلق مراكز إنتاج مستقلة وتنافسية. لا بد من رؤية الإعلام والاتصالات على أنهما قطاع فيه أي استثمار خاص في أي نوع من أنواع الإعلام يحظى بأفضلية على الحلول التي تصر على نسخ نماذج الخدمة العامَّة من الغرب. وبهذا المعنى تكون الصحيفة النيجيرية «صَن» — التي فاز رئيس تحريرها شولا أوشنكي بلقب الصحفي الأفريقي للعام[58] — أقيم من مجلة متخصصة عالية الجودة لأنها تبني

قاعدةً عريضة من عموم القرَّاء وسوقَ دعاية وهيكلًا وظيفيًّا للصحفيين، وهي تنتج أيضًا صحافة استقصائية تحصد الجوائز يستطيع أن يقرأها الأشخاص إلى جانب أخبار المشاهير والرياضة.

يحتاج الصحفيون الذين يعملون في هذه المشروعات إلى تلقي التدريب والتأهيل. لكنه من الخطأ أن تظن أنه إذا وفرت عددًا كافيًا من الصحفيين فسوف تضمن الحصول على ما يكفي من الصحافة. يترك الكثير جدًّا من الصحفيين الإعلام، حالما يصبحون مهرة؛ من أجل العثور على وظائف أفضل. ينجح بناء القدرات أفضل ما ينجح عندما يكون جزءًا من بناء مجال العمل الإعلامي. ينبغي أن يتم بناء القدرات — عبر برامج التدريب الصحفي على سبيل المثال — بالاشتراك مع مبادرات محو الأمية الإعلامية؛ ومن ثم يمكن أن يخلق الصحفيون الشبكيون مشروعات مدمجة في مجتمعاتهم.

يعني تعزيز محو الأمية الإعلامية في السياق الأفريقي توفير أطر العمل القانونية واللوائح والشراكات التي تدعم الصحافة. ينبغي أن تكون الصحافة جزءًا من التعليم الابتدائي والثانوي لتعزيز الاندماج والمشاركة العمليين في الإعلام. لكن ينبغي أيضًا بذل جهد أكبر لدعم فهم المواطنين العام للدور السياسي الذي في وسع الصحافة لعبه في المجتمع. كما يشرح أحد المعلقين في مجال تطوير وسائل الإعلام الأفريقية، يتجه الأفارقة بالفعل إلى صحافة المواطن:

> تنشأ حركات المواطنين المعارضة لعدم الكفاءة والفساد الحكوميين من التعبئة السياسية للعامة، وتُشعل بدورها جذوة الشراسة الإعلامية. تلقي أدوات الإعلام الجديد — مثل إرسال الرسائل النصية — أيضًا الضوء على الطريقة التي يستطيع بها الأشخاص العاديون، وليس الصحفيون المهنيون، مواجهة دعاية الحكومات الطالحة على نحو أكثر فاعلية. يظل الصحفيون المهنيون معرَّضين بشدة للترويع من السلطات لأنهم يعملون في العلن. من ناحية أخرى يكون من الأصعب تمييز المواطنين وهم يملكون في متناولهم أدوات اتصالات تزيد كثيرًا عما كانوا يملكون منذ خمس سنوات حتى مع انتشار الهواتف الخلوية والإنترنت والراديو في السنوات الأخيرة. (جي باسكال زاكري)[59]

يمكن أن تنطبق نفس الديناميكية على نطاق الصحافة السياسية والتنموية برمَّته في أفريقيا. لا تسهم مدخلات المواطن في حجم الصحافة السياسية فحسب، وإنما تغير

صميم طبيعتها، وتجعلها أكثر متانة وأكثر اتصالًا. كما أن مدخلات المواطن أرخص وأكثر مرونة، ولأنها تعمل مع المجتمعات المحلية، فإنها تكون أكثر تعبيرًا عن ظروف معينة. لكنها ليست متاحة للجميع، ويمكن أن تكون سريعة التأثر باحتياجات الدول الهشة أو الظروف الاستثنائية لأنه لا يزال الصحفيون هم من ينقلونها، وسوف تنشأ من مبادرة المواطنين الأفارقة الذين يرومون أن يكونوا جزءًا من إعلامهم، تمامًا مثلما اقتنص المواطنون هذه الفرصة في الغرب. لكن هذا لا يعني أن الإعلام من أجل التنمية لا يستطيع المساعدة في تطوير العملية.

(٣-٥) انبعاث الصحافة الشبكية الأفريقية: الهواتف المحمولة

تعاني أفريقيا بلا ريب من شكل من أشكال الفجوات الرقمية؛ إذ لا تزال بعض مناطق القارة غير قادرة على الاتصال بما يسمى شبكة الويب العالمية؛ ولا تتوافر في أماكن كثيرة إمدادات الكهرباء بالصورة المنتظمة اللازمة لوجود أي بيئة متصلة بصورة مجدية، ومع ذلك يقدِّم لنا الانتشار الهائل في استخدام الهواتف المحمولة نموذجًا للكيفية التي بها يمكن للصحافة الشبكية الأفريقية أن تنطلق. يتزايد استخدام الهواتف المحمولة في أفريقيا بمعدل سنوي يعادل ضعف معدل استخدام بقية العالم:

> بين عامي ٢٠٠٠ و٢٠٠٥ كانت هناك زيادة طفيفة في استخدام الهواتف الثابتة، بينما انكمش استخدامها في سبعة بلدان. من جهة أخرى شهد استخدام الهواتف المحمولة زيادة هائلة في أنحاء بلدان أفريقيا كافة، الواقعة جنوب الصحراء الكبرى، منها ١٠ بلدان حدث فيها معدلات نمو سنوية مركبة بلغت ٨٥ بالمائة أو أكثر. (تقرير مبادرة تنمية الإعلام الأفريقي)[60]

يمتلك عدد أكبر من الأفارقة الآن هواتف محمولة شخصية تقدِّم خدماتها شركات خاصة بدلًا من الخطوط الأرضية الثابتة غير الموثوق بها التي تقدِّمها الدولة على نفقتها. ومن المشاهد المألوفة الآن على جوانب الطرق وفي الأسواق في أفريقيا الأكشاك التي تبيع خدمات استخدام الهواتف المحمولة المدفوعة مقدَّمًا، ويستخدم المزارعون والتجار الهواتف المحمولة لعقد الصفقات وتفقُّد الأسعار، وتبدأ المصارف في مساعدة العملاء على استبعاد الوسطاء المرتشين من خلال دفع أثمان البضائع والخدمات مباشرة عن طريق الهواتف المحمولة. إن هذه التكنولوجيا التي تعمل الآن في كينيا تتفوق فعليًّا على

استخدام الغرب للهواتف المحمولة. بات الآن إرسال الرسائل عبر الهواتف المحمولة جزءًا من الحملات الانتخابية؛ ففي انتخابات نيجيريا لعام ٢٠٠٧، استخدم المراقبون الرسائل النصية لتجميع معلومات فورية حول تزييف الاقتراع، وتنوي «أصوات أفريقيا»[61] — وهي عبارة عن منظمات إعلام تنموي — إنشاء شبكة من الصحفيين المزوَّدين بهواتف محمولة مزودة بجي بي آر إس (خدمة الحزمة العامَّة الراديوية)، وسوف تبيع برامج إخبارية كاملة ومقاطع فيديو ولقطات يلتقطها المراسلون بهواتفهم المحمولة إلى وكالات ومحطات تليفزيونية وصحف للمساعدة في تمويل المشروع، وهي تعدُّ نسخة خاصة من المشروع لتغطية الانتخابات الكينية لعام ٢٠٠٧.

تلخص كينيا جميع تناقضات الإعلام في أفريقيا؛ فقد سن ساستها الذين يتقاضَون أجورًا مرتفعة مشروع قانون آخر لوسائط الإعلام يقيد حريات الصحفيين، وفي الوقت نفسه، يستعد إعلام كينيا المتطور للغاية لاستخدام محتوًى من إعداد المستخدمين مثل صور الهواتف المحمولة على مواقع مثل كينيان ستاندارد. تقدِّم هذه الشبكة الناشئة من قنوات الاتصال الرقمية البديلة فرصة فريدة للتنمية الإعلامية كي تتحاشى المشكلات المعتادة في مجال تدعيم الصحافة في أفريقيا. ينبغي أن تكون الأولوية لتطوير قدرة المواطنين على الاتصال وقدرة الصحفيين على استغلال هذه التكنولوجيا. سوف يخلق هذا موردًا مستقلًّا سياسيًّا يتمتع بفرصة هائلة لأن يسمح للعامة بترك تأثير واسع النطاق على الإعلام والسياسة. كان القول المأثور القديم في مجال التنمية يقول: «أعطِ لرجل سمكة فيقتات ليومه. أعطِه شبكة صيد فيجد طعامًا إلى الأبد.» أما القول الجديد فينبغي أن يكون: «أعطِ لصحفيٍّ تدريبًا وسوف يعرف ماذا عليه فعله. أعطِه شبكة هاتف محمول وسوف تقوم الجماهير بعمله.»

(٣-٦) انبعاث الصحافة الشبكية الأفريقية: المدوِّنون

أشرت بالفعل إلى أنه من الخطأ رؤية التدوين على أنه سقف الصحافة السياسية الشبكية أو حتى شكلًا أوليًّا منها، إلا أنه جزء ضروري من عالم الصحافة السياسية الشبكية. من الصعب تجميع أرقام إحصائية، لكن موقع استضافة المدوَّنات بلوجز ويبرنج[62] بدأ عام ٢٠٠٤ بعشر مدوَّنات فقط، والآن يضم أكثر من ٤٣٠ مدوَّنة. شهدت أفريقيا زيادة هائلة في استخدام الإنترنت، فبفضل البريد الإلكتروني ومواقع الويب، لا يزال الصحفيون في زيمبابوي قادرين على تقديم تغطية صحفية لا بأس بها، ومع أنهم لا يستطيعون

النشر جهارًا داخل زيمبابوي، فإن بمقدورهم نقل المعلومات إلى مواقع بالخارج مثل موقع ذا زيمبابويان The Zimbabwean.[63]

تتيح تلك المواقع لأفراد خارج زيمبابوي إرسال أموال عبر رسائل نصية لشراء قسائم الوقود كي يستخدمها أصدقاؤهم وعائلاتهم المحبوسون في بلد يتسبب فيه نقص البنزين والتضخم الجامح في جعل حياتهم مأساة، وتتيح كذلك وصول الأخبار إلى قرابة المليون شخص من أهل زيمبابوي الذين يعيشون في المنفى، وبالطبع، فهؤلاء الذين يعيشون في زيمبابوي نفسها وبمقدورهم الاتصال بالإنترنت يمكنهم الاطلاع على رؤية إخبارية لما يحدث في بلدهم بعيدًا عن قيود الرقابة الحكومية، ومع أنه لا يوجد اتصال بالإنترنت على نطاق واسع في المناطق الريفية، فإن الإنترنت يتوافر بشكل جيد في هراري والمدن الرئيسية الأخرى؛ والدليل على قوة هذه العملية يظهر في حقيقة استماتة روبرت موجابي لإيقافها، وقد سنَّ قانونًا الآن يمكِّن قوات الأمن من اعتراض جميع الرسائل الإلكترونية والأنشطة على الإنترنت ومراقبتها.

حتى أكثر الأخبار صعوبة والتي تحدث في المناطق النائية يغطيها المدوِّنون. وكما يقر المراسل الأفريقي ستيف بلومفيلد[64] فكثير من أفضل التغطيات الصحفية الميدانية من دارفور قام بها مدونون لا صحفيون مهنيون.[65] إبَّان مهمة مدتها ١٢ شهرًا في دارفور ضمن بعثة الاتحاد الأفريقي في السودان، دوَّن الرائد بسلاح المشاة فرنر كلوكو من جنوب أفريقيا بانتظام المشكلات التي كانت تواجهها البعثة في المنطقة. تضم هذه المدوَّنة الرائعة سلسلة من الصور التي تقدِّم مصاحبة بصرية مذهلة لرواياته المقتضبة المليئة بالحقائق لما كان عليه الوضع في دارفور. في مدوَّنة أخرى بعنوان أَرِقٌ في السودان Sleepless in Sudan، روى عامل مساعدات غربي مجهول الهوية الصراعات اليومية التي تواجه تسليم المساعدات الإنسانية في دارفور. وتقدِّم هذه المدوَّنة رؤًى ثاقبة فريدة لواقع معسكرات اللاجئين. في كلٍّ من التغطية والتعليقات:

> تكره سلطات الحكومة المحلية معسكر «كلمة» (فهي لا تكترث لجمع غفير من الرجال المسلَّحين الغاضبين القريبين للغاية من عاصمة البلد ومطارها الرئيسي) ومن وجهة نظرها سيكون الجميع بحال أفضل كثيرًا لو أن أهل معسكر «كلمة» عادوا إلى منازلهم ببساطة. بهذه الروح بذلوا قصارى جهدهم لجعل حياة الأشخاص هناك أكثر بؤسًا مما هي عليه بالفعل من خلال الحصار الاقتصادي للمعسكر، ومحاولات نقل المعسكر إلى بقعة أخرى، ومؤخرًا الرفض

المتعنت للقيام بإحصاء أعداد الأشخاص الذي سوف يمكِّن أولئك غير المسجلين من الحصول أخيرًا على بطاقات تموينية. (مدوَّنة «أَرِقٌ في السودان»)[66]

هذه مصادر لا تقدَّر بثمن للصحافة الشبكية. لكنها لا تزال أصواتًا لأشخاص من خارج البلدان الأفريقية. أفضل المدوَّنات هي تلك التي تغطي وقائع الحياة اليومية كما يعيشها المدنيون. كتب واحد من أشهر الصحفيين الشبكيين في جمهورية الكونغو الديمقراطية يُدعى سيدريك كالنجي: «أعترف أنني أصرف المزيد من الاهتمام إلى تغطية الأمور التي لا تسير على ما يرام في بلدي، لكن في هذه المدوَّنة أتحدث فقط عما أراه بشكل يومي من يوم لآخر.» وهو أيضًا يرفق صورًا رائعة ونصًّا (بالفرنسية) يشهدان على الحياة اليومية لمواطن أفريقي بدءًا من الحملات السياسية ووصولًا إلى عودة إشارات المرور إلى العاصمة كينشاسا.[67] لعل المدوَّنة تدور حول الحياة العادية، لكن حتى مع إلمامي الضعيف باللغة الفرنسية أدرك أن التعليقات التي يتلقاها على مدونته تثبت أنه يثير نقاشًا حقيقيًّا وصريحًا في واحدة من أكثر الأمم تقلبًا وانحطاطًا سياسيًّا في أفريقيا. إليكم ردود أفعال القرَّاء على صورة بسيطة[68] وضعها تصوُّر أطفال الأحياء الفقيرة بكينشاسا:

ما يزعجني هو رؤية هؤلاء الأطفال بلا أحذية، وبلا حقائب مدرسية ... وربما بلا مدارس أيضًا. لقد جاءت هذه الصورة في الوقت المناسب يا سيدريك. يا إلهي! حان الوقت لاتخاذ موقف حيال هذا.

ما يثير رعدتي هو أن أحدهم يسير كجندي مؤدِّيًا التحية العسكرية ... أهذا ما يحلم به؟ أم أنه مجرد تمثيل؟[69]

أما مدوَّنة «بانكيلي» في كينيا فهي أكثر اهتمامًا بالسياسة على نحو مباشر:

قدَّم لنا أعضاء برلماننا هذا الأسبوع لحظة أخرى مثيرة للحنق من خلال قيامهم بمحاولة أخرى لرفع رواتبهم. هم أشخاص يعيشون في فوقعة اقتصادية حيث يعتقدون أن القوانين العامَّة لا تسري عليهم. هم يرفعون رواتبهم (أي مهنة أخرى يمكن أن تطالب بهذا؟)، ويدفعون ضرائب زهيدة، وقادرون على اقتراح أعداد لا حصر له من مشروعات القوانين التي تخص جميعها أموال الأشخاص الآخرين والتلاعب بها. (مدوَّنة بانكيلي)[70]

وبالمثل هذه التدوينة الشخصية الغاضبة من تيتيلايو أوبيسيسان حول حالة البنية التحتية العامَّة في منطقة دلتا نهر النيجر الغنية بزيوت النخيل بنيجيريا:

> شعرت بالخزي والعار الشديدين على حال مدينة بورت هاركورت، وكما لو كانت حسرتي وخيبة أملي غير كافيين، بعدها بيومين — لسوء حظي — سافرت عبر الطريق المؤدي من بورت هاركورت ... إلى لاجوس، وقد تبيَّن أن هذه الرحلة من أكثر التجارب التي مررت بها رعبًا دون مبالغة؛ فالقول إن الطرق في غاية «الرداءة» هو استهانة بالواقع، ومن القليل الذي رأته عيناي من ... المنطقة الغنية بزيوت النخيل في هذا البلد ... فإن الطريقة الوحيدة التي يمكن أن أصف بها حالة منطقة دلتا النيجر هي ما أطلقت عليه «اغتصاب دلتا النيجر». (المدوِّن تيتيلايو سوريمي)[71]

تدحض تلك النوعية من الآراء فكرة أن الأفارقة لا يغضبون من الانتهاكات التي تحدث في بلدانهم وأنهم لم يعودوا يرغبون في أن يبذل ساستهم المزيد من الجهد. يوفر الإنترنت كذلك مجالًا للنقاش على مستوى أفريقيا، كما توضح هذه التدوينة التهكمية التي نشرها أوبيد ساربونج من أكرا بغانا. كان هذا رد فعله على قرار جنوب أفريقيا بفرض مراقبة أكثر صرامة على الحدود:

> ماذا كان سيحدث لو أن زيمبابوي وسائر أفريقيا [بما فيها بلدي غانا] أغلقت حدودها المطلة على جنوب أفريقيا عندما كانت تعاني في ظل نظام التفرقة العنصرية البربري الذي فرضه عليها البيض، هه؟ ... يدين شعب جنوب أفريقيا لعموم أفريقيا بدين معنوي ولا بد أن يرد الجميل بكل الطرق — متى استطاع — لأي أفريقي. لا تقلقوا، إنني أمزح فحسب. أعلم أن شعب جنوب أفريقيا يخشَوْن على وظائفهم. ربما أنتم على حق، لكن ألم نكن كلنا نحمل التخوف نفسه عندما قدمنا لهم يد العون؟ (المدوِّن أوبيد ساربونج)[72]

إذا كان كنه التدوين هو أن تكون سوداويًّا على المستوى العالمي، إذن أوبيد ساربونج هو دليل على بلوغ التدوين مرحلة النضج بحق في أفريقيا:

> إذا كان في وسعي الاعتماد على غريزتي بشكل ما، فإنني أتهم القوى الغربية، والحكومات الأمريكية (لكني لا أكنُّ أي ضغينة لمواطنيها الأبرياء)، وروسيا،

> وبعض من محتالي الشرق الأوسط مثل إيران وسوريا والسعودية بالقتل، وأستنكر ما يحيكونه من خطط لإنزال المعاناة بشعوب العالم.
>
> لا أعرف لماذا يفترض بي التفكير بهذه الطريقة في يوم بارد وعاصف ومليء بالأتربة وغائم يعتريه تدفق عارض لأشعة الشمس نحو منزلي في أوسو هنا بأكرا؛ وعليه فلا تسألني عن تلك الأشياء التي كتبتها لتوِّي في عجالة عن بعض الأشخاص القابعين في بلدانهم المختلفة. لكني سأوضح لك الأمر على أية حال. (المدوِّن أوبيد ساربونج)[73]

هذا تدوين سياسي لاذع في أكثر أشكاله ذاتية. هو الصوت الصادق لشخص واحد في مكان واحد بعينه يتحدث إلى العالم. هذا التدوين يقدِّم للأفارقة صوتًا يخلق مجتمعات على الإنترنت على المستويين المحلي والعابر للحدود. يظهر هذا الاستخدام المتزايد سريعًا للهواتف المحمولة والإنترنت ابتكارًا ومرونة ملحوظين. كما أنه يثبت وجود احتياج هائل للصحافة الشبكية، ويشير إلى وجود موارد هائلة من إبداعية المواطنين في انتظار استغلالها. لكن في الوقت الحالي ثمة إحجام مفهوم من جانب مؤسسات الإعلام التنموي التقليدي عن خوض التحدي، ولديهم أسبابهم الخاصة، فهم يقولون إن الإعلام الجديد يمثل أقلية قليلة من الإعلام الإخباري وإنه يخدم صفوة مثقفة. لماذا نحول التمويلات بعيدًا عن المهمة الضرورية المتمثلة في التدريب الأساسي للصحفيين أو الضغط من أجل حرية التعبير؟ في رأيي لا تقول الصحافة الشبكية إنه يفترض بك أن تهجر الإعلام التقليدي، وإنما العكس تمامًا. كما خلص تقرير حديث حول مستقبل الإعلام الأفريقي، تقدِّم الصحافة الشبكية طريقًا للتقدم لكلا الإعلامين:

> يقدِّم ازدهار منصات الإعلام الجديد فرصة لتوجيه المبادرات الإعلامية عبر قنوات جديدة، ويوطد دعم نهج لتطوير الإعلام على مستوى أفريقيا. سوف يحتاج ذلك الجهد إلى السماح بإدماج مشروعات وعمليات تعلُّم مشتركة ومنسقة، وإنشاء المزيد من نماذج تطوير الإعلام المستدامة، وفتح مجال للدعم، ودعوة تمويل أكثر تكاملًا، واحترام الحاجة إلى محتوًى يتلاءم مع احتياج الجماهير المحليين. سوف تقلل مثل هذه النوعية من المبادرات بعضًا من التحديات التي يواجهها الإعلام الأفريقي، ونحن نرحب في المستقبل بفرصة بحث ما سيشكل مشهدًا إعلاميًّا ذا عواقب ليست محلية أو قومية أو إقليمية فقط بل وعالمية أيضًا. (تقرير تنمية وسائل الإعلام الأفريقية)[74]

إن الصحافة الشبكية هي فرصة جديدة للإعلام الهادف للتنمية في أفريقيا، وهي تقدِّم طرقًا للتغلب على العوائق التي حالت دون تطور الإعلام في الماضي. ينبغي أن يدرك كلٌّ من المتبرعين الغربيين والحكومات الأفريقية والمنظمات الإعلامية والمستثمرين أن هذه فرصة لصنع نموذج جديد، وسوف يكون مختلفًا عما مضى قبلًا، وقطعًا يكاد يكون مختلفًا عما يحدث في الغرب. تتمثل مهمته العظمى في المساعدة في إحياء مجال السياسة الأفريقية؛ ففرص التنمية سوف تكون أكبر في ظل الحوكمة الأفضل. والتغطية الأفضل للسياسات الأفريقية هي شرط أساسي لما سيحدث مستقبلًا. لكن كما لخصت في الفصل السابق، تحتاج الصحافة الشبكية إلى استثمار والتزام، ولم يُفعل إلا أقل القليل لمواجهة هذا الاحتياج في الوقت الحالي، وقد حان الوقت لأولئك الذين يقدِّرون دور الإعلام لاغتنام هذه الفرصة.

(٤) خاتمة: الصحافة الشبكية والسياسات

يمكن بناء تفاؤل عملي بشأن الإعلام الإخباري السياسي على تجربتنا حتى الآن في مجال الصحافة الشبكية. أعترف أن هناك تحفظات؛ فهناك حدود للديمقراطية، وهناك دائمًا مجموعات تسعى للاحتفاظ بالسلطة من خلال تقييد الشفافية، وهناك حدٌّ للتثقيف السياسي وحاجة إلى الكفاءة. يمكن للديمقراطية التمثيلية أن تعمل فقط في حال سُمح للممثلين في مرحلة ما من العملية بمباشرة العمل. من الصعب دائمًا قياس تأثيرات الإعلام، ويتعيَّن إجراء نقاش طويل بشأن تعريف كنه ما هو سياسي بالضبط، في عالم ما بعد عصر الصناعة. بالمثل، كيف نفصل الصحافة عن الاتصال السياسي العام؟ يضم هذا العلاقات العامَّة والدعاية والمعلومات العامَّة التي يتعيَّن أن تتماشى مع إطار الإعلام الإخباري.

عادة ما تضع دراسات الاتصالات السياسية الإعلام في موقع يتوسط الممثلين السياسيين والعامة.[75] على نحو متزايد سيصير هذا الرأي مفرطًا في التبسيط، فسيستطيع الساسة استخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد للتواصل مباشرة مع المصوتين والعكس. أشارككم فيما يلي أمل جو تريبي في أن يصلح هذا هياكل السياسة نفسها:

> بتواصل الأفراد ستتغير السياسة على مستوى العالم، هي مسألة وقت فحسب. فيما تُرد العملية إلى الأفراد، وفي الوقت الذي فيه تتقوى الشبكات، سوف ينهض الحكم الذاتي مرة أخرى. جو تريبي[76]

إنني أقل ثقة من تريبي في التوقيت ومدى حدوث هذا، وتساورني الريبة في أنه سوف يسفر عن نتائج سياسة جديدة أو نقل عميق للسلطة من الممثلين السياسيين إلى المصوتين؛ إذ لا بد أن ينبع هذا من أحداث اجتماعية وسياسية، وليس من مجرد رسائل. إلا أن الصحافة السياسية الشبكية أثبتت بالفعل أنها تغير موازين القوى من حولها؛ فهي تعيد ترتيب العمليات السياسية، كما أنها تعكس رغبة ملموسة بشدة بين المواطنين المعاصرين لشكل أكثر مباشرة وانفتاحًا من التواصل السياسي. حان الوقت الآن لرؤية الكيفية التي يمكن أن تتأهب بها الصحافة والمجتمع لهذه الفرصة.

ملخص الفصل

• لأسباب عديدة، منها عوامل تتجاوز السياسة أو الصحافة، يوجد خلل ديمقراطي عالمي؛ حيث إن الجماهير تشير إلى انقطاع قنوات الاتصال بين السلطة والشعب.

• يقدِّم الإعلام الإخباري تغطية صحفية لمجال السياسة أكثر من أي وقت مضى إلا أنها تغطية غير موثوق بها.

• في الولايات المتحدة الأمريكية تغير المدوَّنات والحملات التعبوية على الإنترنت إطار عمل الاتصالات السياسية.

• لا تزال وسائل الإعلام التقليدية والحملات السياسية التقليدية مسيطرة.

• تقدِّم الأشكال الجديدة للاتصالات والصحافة على الإنترنت إمكانية بدء حوار سياسي جديد حقيقي، لكنه قد يظل هامشيًّا.

• في بريطانيا تكتسب صحافة الإعلام الجديد المستقل المزيد من التأثير المحلي، عادة في ظل علاقة تكافلية مع وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية.

• لن تكون المساعي المبذولة لتثبيت الديمقراطية الإلكترونية فعالة إلا في حال إدماج الصحافة الشبكية.

• تملك أفريقيا سوقًا إعلاميًّا مختلفًا ذا مشاكل خاصة ويطرح فرصًا لاستغلال القيمة السياسية للإعلام الجديد.

• تشير إبداعية الأفارقة في استخدام الهواتف المحمولة والتدوين إلى وجود فرصة كبيرة لتطوير الصحافة السياسية في صورة نموذج شبكي.

• سوف تكفل تكنولوجيا الإعلام الجديد إعادة الاتصال بين الجماهير والسلطة شريطة أن تُطبَّق عبر صحافة أكثر شبكية.

الفصل الرابع

محاربة قوة الشر

الإرهاب والمجتمع والصحافة الشبكية

إن كان سيُكتَب للإعلام «الخارق» أن يتولى مهمة الإنقاذ، فإننا بحاجة إلى الحرص على أنه يملك الأدوات اللازمة لأداء هذه المهمة. تتطلب التحديات الجديدة قوًى جديدة، وليس هناك تحدٍّ لقدرة الصحافة أعظم من الإرهاب، فإن الحوادث والقضايا المتعلقة بالأمن العام والصراع المجتمعي هي من أصعب الأمور التي يغطيها الصحفيون، فهي معقدة وذات أهمية حيوية. والإعلام الإخباري هو جزء مهم من هذه الأحداث؛ فإذا أساءت وسائل الإعلام الإخبارية فهم ما يحدث، فكلٌّ منا سوف يدفع الثمن. لكن ثمة دروس يمكننا تعلُّمها من تفحُّص القضايا المتفاقمة التي يثيرها الإرهاب والمجتمع. إن التعامل مع مهمة فهم الأمور فهمًا صحيحًا هو طريقة جيدة لفهم الكيفية التي بها يجب أن تختلف الصحافة الشبكية في تكوينها وممارستها وعلاقتها بالمجتمع. سوف يتناول هذا الفصل دور صحافة أكثر شبكية في التعامل مع قضايا المجتمع في بريطانيا ثم سيتناول السياق الدولي للنقاش العالمي حول الدين والسياسة.

(١) الإرهاب، والأمن العام، والتلاحم المجتمعي

إني على يقين من أن الإعلام قد رسم لي الآن صورة مناسبة، وبطبيعة الحال سوف تسعى هذه الآلة الدعائية المتوقعة إلى تحويرها كي تناسب الحكومة

ولتبثَّ الرعدة في نفس الجموع حتى يصدقوا على مخططاتهم المهووسة بجني الثروات وامتلاك السلطة. (محمد صديق خان، منفذ هجمات لندن)[1]

كانت الرسالة المسجَّلة على شريط فيديو للانتحاري البريطاني محمد صديق خان مثالًا رائعًا لإرهابي يستخدم وسائل الإعلام. كانت أفعاله بمنزلة تحدٍّ للإعلام بطرق ربما تزيد عما تصوره. أقصد بلفظة «إرهاب» مجموعة من القضايا المتداخلة. كي نفهم أحداثًا مثل تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر بنيويورك أو السابع من يوليو في لندن، علينا أن نلمَّ بمعلومات تزيد كثيرًا عن هوية مرتكبيها وماذا دفعهم لارتكابها، وهذا أمر صعب للغاية. على أننا نحتاج أيضًا إلى فهم أشياء أخرى كثيرة؛ إذ نحتاج إلى تحليل العلاقة بين العديد من الصراعات الدولية المتنوعة في بقاع مثل الشرق الأوسط والطريقة التي تتصرف بها الجماعات المهاجرة في المجتمعات المضيفة، ونحتاج إلى تأويل الديناميات السياسية المختلفة في الإسلام الحديث وعلاقتها بالأيديولوجيات والمعتقدات الأخرى وبالظروف الاجتماعية الجديدة. يتعيَّن على الصحافة أن تكون قادرة على تقصِّي الصراعات على السلطة بداخل تحزبات في الحكومات الغربية، وجماعات المجتمع المحلي، والقوى المحلية أو الإقليمية حول العالم. لا بد أن يمنح الإعلام صوتًا لأولئك الذين أضرَّ بهم الإرهاب ولأولئك الذين دُفعوا إلى استخدامه، ولا بد أن يساعد في إجراء حوار، لكنه لا يجب أن يصبح أداة دعائية. هذه مهام كثيرة على الصحافة التقليدية. لكن البعض سيقولون إننا ينبغي أن نطلب منها مهام أكثر من هذه.

الصحافة ليست معفاة من المطالب الأخلاقية أكثر من أي قطاع آخر من قطاعات المجتمع. قطعًا ينبغي أن تسعى الصحافة من أجل بلوغ الموضوعية والحيادية وقواعد سلوك مهنية صارمة، وعلى غرار الشرطة أو الساسة أو المعلمين أو أي فئة أخرى مؤثرة في المجتمع، ينبغي على الصحافة تجنب الإضرار بالآخرين على الأقل، وأن تتصرف على نحو مثالي كقوًى تقدمية. بعبارة أخرى: تتحمل الصحافة مسئوليات بالفعل. غير أن السؤال الحقيقي يدور حول الطريقة المثلى للتأكيد على تلك المسئوليات وتنفيذها. وفي سياق التغطية الصحفية يزداد موضوع الإرهاب أهمية وصعوبة.

يمثل الإرهاب شكلًا استثنائيًّا غير مباشر من السياسة والعنف، وهو مصمَّم عمدًا كي يفرض نفسه على الساحة، وسرعان ما يصير من الموضوعات الملحة التي تتناولها وسائل الإعلام. لم يكن مقصودًا بالهجوم على برجي مركز التجارة العالمي إذلال الولايات المتحدة اقتصاديًّا أو عسكريًّا، وإنما كان تعبيرًا عن القوة، وصورة من صور التحدي،

وأمارة تهديدية قُصد بها أن تبث الرعب والإذلال والغضب في النفوس. لقد أُنشئت مواقع الويب الخاصة بالجهاديين لتحقق هدفًا؛ فقد كانت وظيفتها نقل المعلومات للجماعات الإرهابية ومؤيديها وتجنيد المزيد من الجهاديين وجمع التبرعات من أجل القضية. إذن هم يستغلُّون قدرة الإعلام الجديد على الوصول إلى كل أنحاء العالم وعدم خضوعه للمساءلة. بالمثل أصبح تنظيم القاعدة ماهرًا في بثِّ المقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو عبر الإنترنت والمنافذ الأخرى للحفاظ على بقائه، فيما عانت بريطانيا كي تفهم كيف ارتكب إرهابيون ترعرعوا فيها الأعمال الوحشية التي اقترفوها في السابع من يوليو، كانت الجماعة الإرهابية نفسها هي من قدمت الإجابة؛ فقد شرح محمد صديق خان، المفجِّر الانتحاري الذي كان يعمل مساعد مدرس في السابق، بالتفصيل الممل دوافعه السياسية والدينية في مقطع فيديو طويل، وقد أُعد مقطع الفيديو بحرفية شديدة وكان يرتدي فيه زي القتال الخاص بتنظيم القاعدة، بل وتضمن دحضًا مسبقًا لما سيثيره العمل الإرهابي من تحليلات في صورة تقريع ضد الإعلام اقتبسته في بداية هذا الفصل. لقد كان شكلًا مشوَّهًا أخلاقيًّا من الصحافة الشبكية، وهو دليل على أن الأسلوب الشبكي ليس نبيل المقصد دائمًا.

إن نشأة هذا الإرهاب وأي حل له أمران متأصلان في المجتمع. إن واحدة من مآسي عبارة «الحرب على الإرهاب» هي الإشارة إلى أنه يمكن التغلُّب عليه عسكريًّا. ما من جماعة إرهابية كبيرة مُحيت من الوجود بالجهود الأمنية؛ إذ تحققت جميع «الانتصارات» على الإرهاب بفعل عمليات سياسية واجتماعية في آخر المطاف. لا يعني هذا أنه لا ينبغي على الحكومات مواصلة حملاتها ضد الإرهاب، لكنه يعني أننا يجدر بنا أن نعير المزيد من الانتباه إلى الظروف التي ترعاه. بفهم المجتمعات التي «تكفل» الإرهاب، يمكننا أن نبدأ في عملية تقويض من يدعمهم. هذا صحيح على المستويين المحلي والقومي، فلو أن مجتمعات مثل مجتمع المسلمين في بريطانيا تنوي أن تكون جزءًا من مكافحة الإرهاب وليست جزءًا من المشكلة، فعلى وسائل الإعلام أن تساعدها على نقل مجموعة مختلفة من الرسائل. يتعيَّن عليها على سبيل المثال أن تدعم النقاش الدائر بين المسلمين أنفسهم حول الكيفية التي سيتجاوبون بها مع الإرهاب. يتعيَّن عليها أيضًا نقل حوار بين المسلمين والمجتمع الأوسع الذي يسعى إلى تقليل التهديد وفي الوقت نفسه الحفاظ على قيم المجتمع وهويته.

يحتاج هذا أن يحدث على المستوى العالمي بالمثل. يمثِّل هذا المنهج نسخة من استعارة «تجفيف منابع الإرهاب» البدائية. إن تحقيق السلام في فلسطين وتقليل الفاقة في البلدان المسلمة لن يكون كافيًا لتنظيم لقاعدة؛ فهم لديهم أنواع شتَّى من الأهداف العامَّة والخاصة التي تتجاوز هذه الأهداف، فدوافعهم على الأرجح سيكولوجية سياسية، بالإضافة إلى الدوافع المادية. غير أننا لا نسعى إلى تهدئة الإرهابيين أو إرضائهم، إنما نسعى إلى تقليل الدعم الذي يحصلون عليه وإضعاف تأثيرهم إلى الدرجة التي يفقدون معها أهميتهم. هناك حاجة إلى أن يفهم مختلف السكان هذه القضايا فهمًا أكبر. لكن هناك أيضًا حاجة إلى توافر المزيد من المعرفة والمزيد من النقاش القوي المفتوح بين المسلمين في مختلف البلدان حول واقع السياسة في أماكن مثل الشرق الأوسط. على سبيل المثال، يتذرع الشباب المسلمون في بريطانيا باستمرار بالمعاملة التي يتلقاها المسلمون في الشرق الأوسط وبالأخصِّ في الأراضي الفلسطينية كسبب لغضبهم من الحكومة البريطانية. ومع ذلك فهم لا يفطنون على ما يبدو إلى الطريقة التي بها تخلَّى الكثير من البلدان المسلمة الشقيقة بالمنطقة عن الفلسطينيين وأساءت معاملتهم. إن ما يتلقَّونه من تدفقات معلوماتية شديدة الانتقائية وناقصة، ولا يفعل الإعلام الأكبر ما يكفي لتصحيح هذا الوضع. يلعب الإعلام دورًا حيويًّا في هذه العملية؛ إذ كيف يمكن للعامة دونه أن يكوِّنوا آراءهم عن أناس لا يمكنهم التواصل معهم؟

لا تصلنا في الوقت الحالي صورة كاملة ومفصلة عن أشقائنا البشر عبر الإعلام التقليدي. نحن بحاجة إلى هذا الفهم الأكثر ذكاءً والأكثر «إنسانية» كي نتجاوز الأفكار النمطية. لا يمكننا تعلُّم كيف نسير قدمًا نحو مستقبل فيه مؤازرة الإرهاب معدومة إلا من خلال عملية إعلامية أكثر تعقيدًا؛ لأن الناس يشعرون بحس من العدالة والتضامن بعضهم مع بعض. يتعلق هذا جزئيًّا بوجود فهم نقدي للكيفية التي تنقل بها الحكومات والسلطات الأخرى الخوف من الإرهاب كوسيلة للاحتفاظ بالنفوذ السياسي والرقابة الأيديولوجية على بعض المناقشات.

هناك ثلاثة متطلبات مفروضة على الصحافة في ظل هذه الظروف. أولها، أن تضع في حسبانها بحذر دورها كجزء من عملية الإرهاب، وثانيها أن تفهم دورها في تصوير المجتمعات المتورطة، والمتطلب الثالث يفرضه التهديد الإرهابي مباشرة على الصحافة. إن جماعات إرهابية مثل القاعدة لديها أيديولوجية مضادة لجميع قيم الإعلام الليبرالي الحر. إن الطريقة التي يتشكل بها هذا النوع من الإرهاب ويعبِّر بها عن نفسه تمثل

تحدِّيًا معينًا للدور الإيجابي الذي تضطلع به الصحافة في المجتمع الليبرالي متعدد الثقافات الذي ننعم به في مجتمعات السوق الحر في عصر ما بعد التنوير. يفسر هذا رفع المتظاهرين الأكثر تطرفًا لرايات تشجب حرية التعبير ضد الرسومات الكاريكاتورية الدنماركية المسيئة للرسول. يتعيَّن على الصحافة أن تتجاوب مع التهديد الإرهابي بدعم حرية التعبير بطريقة مسئولة تجسِّد نموذجًا للقيم الليبرالية التي سوف يتمنى الآخرون التحلي بها.

هذه هي التحديات، لكن ما المقدار الذي يتعيَّن على الصحافة أن تتغير به كي تستجيب لهذه المتطلبات؟ أومن أن الآلة الإخبارية لم تنشأ من أجل هذه المهمة. يوضح بن بريستون، نائب رئيس تحرير صحيفة ذا تايمز، على نحو صائب أننا نميل إلى المبالغة في قدرة الإعلام التقليدي على التحكم في الأجندات؛ فهو يرى أن دورة الأخبار هي دائمًا عملية بدائية بموجبها يلاحق الصحفيون المهنيون دائمًا الأحداث وعواقبها:

> فيما يتعلق بالاهتمام الإعلامي المباغت بالثقافة الإسلامية في بريطانيا، أظن أن الساسة هم الذين أتاحوا مساحة كاملة لنقاش لم يكن الناس حتى هذه اللحظة مهتمين بالخوض فيه أو أن بعضهم كانوا قلقين من الخوض فيه. ثم أصبح موضوع نقاش ساخن، وأظن أن الإعلام سوف يذهب إلى حيثما يأخذه الناس بدرجة ما. أظن أنه بإمكانكم مؤخرًا رؤية كيف فقد هذا النقاش بعضًا من حدته والكيفية التي بها توصَّل الناس إلى تكوين آراء أكثر اطلاعًا وثباتًا. هذه نتيجة إيجابية ترتبت على إجراء حوار قومي حول الموضوع. (بن بريستون، نائب رئيس تحرير صحيفة ذا تايمز)[2]

كما صرح المعلق البريطاني سايمون جينكنز، «أحيانًا ما تسيء الصحافة المتروك لها الحبل على الغارب وغير المسئولة فهم الأمور. على أنني ما زلت أوثرها بكل ما فيها من عيوب على الصحافة المقيدة والمسئولة.»[3] وهذا هو لب الصراع هنا؛ فنحن نريد إعلامًا إخباريًّا مستقلًّا ومفعمًا بالحيوية ونقديًّا، ولا نريد الصحفيين أن يكونوا أخصائيين اجتماعيين أو دبلوماسيين، وحقًّا من الممكن القول إنه بسبب مزيج الجهل والحساسية المفرطة، فشلت الكثير من الصحف التقليدية في تحديد خطر الإسلام المتطرف إلى أن تفعَّل هذا الخطر بقوة وترسَّخ بالفعل. لكننا نريد أيضًا إعلامًا لا يخلف في أعقابه آثارًا من الغضب وعدم الثقة. أومن أن الصحافة الشبكية تقدِّم حلًّا لهذه المعضلة يتيح

للصحافة الاحتفاظ بوظيفتها الأساسية البالغة الأهمية ويعززها وفي الوقت نفسه يتيح لها انخراطًا أكبر وأكثر إيجابية في سعيها الحثيث لحلِّ إشكاليات الإرهاب والمجتمع.

(١-١) التحيز والجهل

ثمة مشكلة مع المؤسسات الإخبارية العنصرية علانية أو دون وعي منها المتلهفة إلى إرضاء الأفكار المتحيزة. يسهل تحديد هذه المؤسسات لكن يصعب التعامل معها. إن الصحفيين المصابين بفوبيا الإسلام لا يمثلون ظاهرة فذة أو غير مسبوقة؛ فلطالما شاركت وسائل الإعلام المجتمع في تعصبه الأعمى. إن تاريخ القرن الماضي هو دليل واضح على النتائج المرعبة المترتبة على السماح لهذه التوجهات الفكرية أن تترعرع بلا رادع. لكن تشير الأدلة أيضًا إلى أن تلك التحيزات سيتخلى الناس عنها مع تصاعد اتجاه نحو التكامل والتفاهم. إن العنصرية التي ظهرت مرارًا وتكرارًا في الثقافة الشعبية لبريطانيا أو الولايات المتحدة إبَّان ستينيات القرن العشرين لن يجيزها الناس اليوم ببساطة، لكن لا يجدر بنا افتراض أنهم سيستطيعون دائمًا مقاومة هذه العنصرية. إلا أننا لا ينبغي علينا ببساطة التركيز على أسوأ الحالات؛ وعليه لا أود التركيز على الصحفي العنصري المتبجح وإنما على الصحفي العنصري دون وعي أو تفكُّر؛ مثال على هذا قضية مولي كامبل، أو مصباح رنا، في الإعلام البريطاني عام ٢٠٠٦.

كانت مصباح؛ الفتاة البالغة من العمر اثني عشر عامًا هي ثمرة زواج الباكستاني ساجد أحمد رنا والاسكتلندية لويز كامبل. وفي الخامس والعشرين من أكتوبر ٢٠٠٦ استقلَّت طائرة بصحبة أختها تهمينة حيث سافرتا من مسقط رأسهما بستورنواي — البلدة الرئيسية بجزيرة لويس التي تقع في الجزر الغربية من اسكتلندا — إلى جلاسجو حيث التقتا والدهما ليتَّجهوا إلى لاهور بباكستان. كان هذا بعد تفجيرات لندن بعام واحد، وكان الإعلام قد صبَّ تركيزه بعد التفجيرات على المفجِّرين الفعليين وخلفياتهم، بل وحتى الصحافة العامَّة كانت على وعي كبير بمسئولياتها ووجهت نداءات صريحة تدعو إلى التسامح والتفهُّم. أُرخيت هذه القيود فيما اتجهت الأنظار بعدها إلى بحث أكبر للثقافة الأوسع للإسلام البريطاني وأيديولوجيته؛ وعليه ذاعت قصة مصباح رنا في ذروة هذا الافتتان الإعلامي بكل ما هو مسلم. كان هذا أيضًا أثناء موسم الصيف التقليدي «السخيف» للإعلام البريطاني عندما لا يُعقد البرلمان وعندما يكون تدفق الأخبار عمومًا في غاية البطء.

كان رد الفعل الفوري لوسائل الإعلام كافة هو تسمية هذا بقضية خطف طفلة. وُصفت الطفلة بالفتاة الاسكتلندية مولي كامبل. عقدت الشرطة مؤتمرًا صحفيًّا لم تستخدم فيه لفظة «خطف»، إلا أن جدة الطفلة لأمها أشارت إلى أن الطفلة قد أُخذت ضد رغبتها. لم تتوقف وسائل إعلام المملكة المتحدة للتفكير طويلًا في هذا التلميح. بدأت البي بي سي وجميع هيئات البث الأخرى نشراتها الإخبارية ببرامج مطوَّلة تشرح مشكلة «خطف الأطفال» و«الزواج القَسْري» في جنوب آسيا، بل وذهبت صحيفة ذا تايمز إلى أبعد من ذلك وربطت الموضوع بحملة كانت تديرها حول حالات الاختطاف الدولي والزواج القَسْري للأطفال. لقد جانبهم الصواب جميعًا وبشدة؛ ففي الواقع كانت القضية قضية معركة تقليدية وعتيقة الطراز على الحضانة. لقد ذهبت الفتاة بمحض إرادتها مع والدها الذي كان قد انفصل عن أمها. لكن وسائل الإعلام البريطانية لم تستطع بكل غرائزها الإخبارية تصوُّر كيف يمكن لأي شخصٍ كان أنْ يُؤْثِرَ أبًا باكستانيًّا في لاهور على مباهج الحياة في ستورنواي.[4]

أكانت هذه إذًا حالة من حالات فوبيا الإسلام من قِبَل الصحافة؟ الجواب هو نعم، هي كذلك في الأساس، ولكنها كانت أيضًا مسألة صحافة رديئة وفاشلة؛ فهي لم تتحقق من خبرها بشكل سليم، ولم تبحث في خلفية علاقة الطفلة بوالدتها، ولم تسعَ إلى الحصول على تصريح واحد من باكستان. وفي غضون ٢٤ ساعة كانت الأحداث الحقيقية تتكشف، وتراجع كلٌّ من البي بي سي وذا تايمز. وبدأ يشيران إلى مولي باسم مصباح الذي اختارته هي، وصحَّحا تغطيتهما واعتذرا عن الخطأ الذي وقعتا فيه. لكن بحلول هذه اللحظة كان الضرر قد وقع وتعمَّق افتراضٌ سيئٌ آخر عن المسلمين. لم يكن هذا أشرَّ ما قيل عن المسلمين على الإطلاق ولا الأكثر جهلًا، لكنه ببعده عن ذلك، يتضح، في رأيي، أن الإعلام الإخباري لا يملك ما يكفي من الوعي والنقد الذاتي للتعامل مع هذه النوعية من القضايا. لا نتحدث هنا عن الصواب السياسي أو معاملة المسلمين باحترام خاص، وإنما ببساطة عن مسألة الفهم السليم للخبر. إنها مسألة توافر عدد كافٍ من الأشخاص المطلعين على هذه القضايا — في هذه الحالة: المجتمعات الإسلامية — للمساعدة في منع القطيع من الاندفاع في الاتجاه الخاطئ.

سميرة أحمد مقدِّمة برامج ومراسلة صحفية بنشرة أخبار القناة الرابعة، وهو برنامج يَشْتَهِر بتبنِّي نهج ليبراليٍّ في الأخبار التي تحتوي على عنصر عِرقي، ومع ذلك

وجدت أن البرنامج أيضًا عرضة لخطر الاندفاع خلف القطيع في نفس الدرب الذي لا يتشكك في قصة مصباح رنا:

> أذكر أنني في ذلك اليوم أخذت أقلِّب ما بين النشرات الإخبارية وكانت كلها بها فقرة بارزة تتناول حقائق عن القصة وفقرة أخرى عن مساوئ الزواج القَسْري. وأذكر أنني انفجرت ضَحِكًا لأنني ارتأيت أن هذه ليست على الأرجح مسألة زواج قَسْري. من جهتي دفعني هذا إلى التفكير في مدى استشراء الجهل، وفي هذا الافتراض المثير للاشمئزاز الذي يستنكر أن تؤثِر أي فتاة العيش في باكستان على العيش في ستورنواي، وعندما بدأت أدرك نوع الأفراد الذين يتخذون القرارات التحريرية في معظم غرف الأخبار. (سميرة أحمد، مراسلة صحفية ومقدِّمة برامج بنشرة أخبار القناة الرابعة)[5]

تعتقد سميرة أحمد أن صحافة الأوسع اطلاعًا هي مطلب أساسي من أجل صحافة أقوى وأكثر مسئولية، وتحذر من أن الصحفيين قد يفتقرون إلى الأدوات والثقة اللازمين لبحث الأخبار على نحو سليم:

> أخشى أن الجهل بأساسيات الإسلام لا يزال متفشِّيًا، ليس لأنه ينبغي على المرء أن يفهم الإسلام لغرض الفهم في حد ذاته، لكن لأنك كصحفي تحتاج أن تعرف هذه الأشياء ومن ثم تعرف ما أنت بصدد تغطيته. أحيانًا ما أكتشف وجود خوف حقيقي بين الصحفيين من تناول موضوعات حساسة بجدية لأنهم جاهلون بها بعض الشيء. (سميرة أحمد)[6]

لا يخشى الصحفيون العاملون بالصحافة الشبكية فتح أذهانهم قبل الشروع في كتابة خبر، فإن لديهم شبكات دائمة تتيح قدرًا كبيرًا من تنوع المؤثرات على عملهم. لا يقتضي هذا الإخلال باستقلالهم الصحفي؛ ومثال على هذا هو نيك كارتر، رئيس تحرير صحيفة ذا ليستر ميركوري، وهي صحيفة مسائية تصدر يوميًّا بإحدى مدن المقاطعات الوسطى البريطانية التي يكون معظم سكانها الآن من ذوي الأصول المهاجرة. قبل بضعة أعوام، أدرك كارتر أن صحيفته لا تمتُّ بصلة لواقع قرَّائها؛ فقد كانت لا تغطي أخبارًا مهمة، وتخسر قرَّاءً وتفشل في جذب الإعلانات من الجاليات العرقية بليستر. علاوة على أنها كانت تعزِّز أيضًا الكثير من الأحاسيس السلبية تجاه قضايا تمس العرقية من خلال

معاملة تلك القضايا بنفس الطريقة المتوقعة، وعلى مدار السنوات القلائل الماضية، فعل كارتر شيئين جعلا صحيفة ميركوري أكثر شبكية، وهو الآن عضو لجنة الاتصال المجتمعي؛ مما يدل على أن الصحيفة صارت في صميم عملية الاتصال المتعددة الثقافات. أولًا بدأ يستمع مباشرة لمخاوفِ وتطلعاتِ مختلف الأشخاص في ليستر، ويستمع كذلك إلى الكيفية التي تحاول بها السلطات المختلفة التعامل مع هذه القضايا؛ يتيح له هذا صياغة القصص الإخبارية الفردية في إطار استراتيجي.

يقود هذا إلى الاختلاف الآخر الذي أحدثه كارتر؛ حيث شجَّع على اتباع سياسة تحريرية وصفها بأنها التطلع إلى استهلال الأخبار التي تتناول «مشكلات» عرقية بما يطلَق عليه «الفقرة الثانية». على سبيل المثال في حالة وجود خبر عن مدرسة ابتدائية يجتاحها على حين غرَّة وفود من العائلات الصومالية؛ مما أدى إلى عجز المدرسة عن مواكبة الزيادة الهائلة في الطلب على مواردها. عادة كان المقال الذي يتناول هذا الخبر سيبدأ بسطر افتتاحي مرعب يسلِّط الضوء على معاناة التلاميذ نتيجة لتكالب المهاجرين المفرط على المدرسة. يرغب كارتر في أن تعبِّر الصحيفة عن تفهمها الأوسع نطاقًا لهذه القضايا، فيرغب أن يستهل مراسله الخبر بالفقرة الثانية، التي تتناول الكيفية التي بها يعبِّئ المجلس والمدرسة والجاليات المحلية الموارد لمواجهة حالة الطوارئ. جميع الحقائق نفسها مذكورة في الخبر الذي يعترف بخطورة المشكلة. غير أن الحلَّ الذي تطرحه الصحافة الشبكية يتمثَّل في قبول مساهمات على نطاق أوسع من الجماهير في إطار العمل التحريري لطريقة تغطية المشكلة. يرى كارتر أن هذا كله جزءٌ من إدراك كون الصحافة جزءًا من مجتمع متَّصل:

> إن المسئوليات التي تضطلع بها صحيفة ليستر ميركوري الآن كنتيجة لانضمامها إلى لجنة الاتصال المجتمعي تدل على أننا نكدُّ في العمل أكثر للبحث عن الإيجابيات في مجتمعاتنا، وبالأخصِّ حيثما يثبُت أن الأشخاص من مختلف الثقافات يتعايشون ويعملون معًا. نحن أكثر وعيًا بمجموعات المتطرفين الصغيرة التي ترغب في تقسيم مجتمعاتنا ونشر الخوف والريبة، ونحن أقدر على تقديم منصة إعلامية للمجتمعات كافة التي نسعى إلى بيع نسخ الجريدة فيها. حتمًا يضع هذا مزيدًا من الضغط علينا كي نصنع القرارات السليمة كما يعني فعليًّا أننا يتعيَّن علينا أن نُمضي المزيد من الوقت

> في التفكير في عواقب كل شيء نقوم به. (نيك كارتر، رئيس تحرير صحيفة ليستر ميركوري)[7]

في رأيي لم تتخلَّ صحيفة ميركوري عن سلطتها التحريرية بل هي تتحدث الآن بنزاهة أكثر وتحظى بثناء إضافي. على الأرجح ستبيع نسخًا وإعلانات أكثر بالمثل، وبالطبع سيقول البعض إن ميركوري تغيِّر وجهتها لأسباب تجارية. لست واثقًا من أن هذا يهم كثيرًا. لكن ما علاقة هذا الخبر المتعلق بالمدرسة بالإرهاب؟ أرى أن وسائل الإعلام التي تستطيع تمثيل الأشخاص بنزاهة وعلى نحو شامل أيضًا، والتي تتحمل مسئولياتها الاجتماعية بجدِّيَّة تزيد احتمالية تغطيتها لقضايا حاسمة بطريقة تفتح فرصًا للمصالحة أو على الأقل للفهم. لا أظن أن الناس يصيرون انتحاريين بسبب عوامل اجتماعية أو اقتصادية عادية. لكن بكل تأكيد هم أقل احتمالًا للقيام بذلك في مجتمع يعترف بأهمية سياق وخلفية الصراع. ثمة سلسلة من المحطات المتصلة التي تربط بين الصدام العالمي وعدم الرضا المحلي، ولا بد أن ينقل الإعلام كليهما، وعندما يكون الإعلام شبكيًّا فإنه يفعل ذلك بشكل أفضل.

(١-٢) التنوع والتفتيت

أشرنا بالفعل إلى الكيفية التي يتزايد بها التفتيت في مشهد الإعلام الجديد. (الفصل الأول في العنوانين الفرعيين ٣,٤ و٤,٤)، وفيما يكون تنوُّع الإعلام التقليدي في خطر، يوجد كمٌّ هائل من الاختيارات أمام الجماهير العرقية وبالأخص جاليات المهاجرين. يتمثل الخوف في ألا يتشارك الناس في استهلاكهم الإخباري وأن يئول بنا الحال داخل فقاعات صحفية من الإعلام المتخصص. النتيجة هي أن هذا سوف يعزز الاختلافات بل والتحيزات أيضًا. تتعلق المسألة جزئيًّا بالسهولة التي بها تصل الآراء المهمشة أو المتطرفة إلى الجماهير العالمية. إن مواقع المؤامرات مثل موقع ٩ / ١١ تروث[8] أو المواقع الجهادية مثل الموقع المتوقف حاليًّا جلوبال إسلاميك ميديا Global Islamic Media[9] يمكنك الوصول إليها بنقرة على فأرة الكمبيوتر. لكن المسألة أيضًا مسألة إعلام عرقي محترم تمامًا، وهي ليست فقط مسألة ما يستهلكه الأشخاص، وإنما استقلالية الفعل نفسه.

> إن تفتيت وسائل الإعلام يحدث في سياق زيادة تنوع الجماهير نفسها. لكن فيما تزيد الاختيارات الشخصية والرقابة يجدر بنا أن نشعر بالقلق من كون

> مجتمعات المصالح تحلُّ محل المسئولية وأن الذات تستبعد المساواة وتصبح الصحيفة التي تعبِّر عن المجتمع ككل، تعبِّر عن آراء القائمين عليها فقط. إن السوق التنافسية على نحو متزايد قد تحل التعليقات والآراء تحل محل الحقائق والحُجج بينما يسعى الناس نحو الحصول على معلومات من شأنها أن تؤجج نيران التحيز المشتعلة؛ ومن ثم فالحاجة إلى الإعلام الإخباري كي يقوم بدور منتدًى مدني وقناة اتصال ونقاش عامٍّ هي أكثر إلحاحًا الآن من أي وقت مضى. (ديفيد لامي عضو البرلمان ووزير الثقافة البريطاني)[10]

يستخدم المسلمون في أماكن مثل باريس أو شيكاجو أو المدن الكبرى ببريطانيا الإعلام الجديد والبث الرقمي ووسائل أخرى مثل توزيع الأئمة والمساجد لشرائط كاسيت بغرض خلق إعلام غنيٍّ ومعقدٍ. يعكس هذا تنوُّع خلفياتهم. لا يزال المسلمون يستهلكون وسائل الإعلام التقليدية بأعداد هائلة. إنهم لا يريدون التخلي عنها؛ إلا أنهم يشعرون أنها لا تفعل ما فيه الكفاية للتحدث بالنيابة عنهم أو التحدث عنهم بإنصاف.[11]

بذلت المؤسسات الإعلامية الجهد على صعيد كلا الجبهتين؛ فقد وضعت السياسات الرامية إلى زيادة التمثيل العرقي في صفوفها. يمكن أن يقدِّم هذا النوع من الأساليب نتائج سطحية، لكن ما حدث هو أن الآسيويين الذين تلقَّوا تعليمًا جيدًا والمنتمين إلى الطبقة المتوسطة استحوذوا على أفضل الوظائف، تاركين للجماعات الأكثر سخطًا — مثل الطبقة العاملة من الذكور المسلمين من الحضر — كما هم. في بريطانيا أنشأت البي بي سي أيضًا الشبكة الآسيوية ومحطات رقمية عرقية أخرى تقدِّم خدمة أكثر ملاءمة لاحتياجاتهم والتي لا تزال بوضوح جزءًا من البي بي سي، لكن التحدي يكمن في الكيفية التي تقدِّم بها تلك الخدمات التكامل بدلًا من التفتيت وإلى أي مدًى تقدِّم معلومات مفيدة للتغطية الإعلامية الأكبر. هناك حاجة لوجود المزيد من شبكات الاتصال بين الصحافة في غرف الأخبار المتخصصة وفي غرف الأخبار التقليدية. بدأت للتوِّ محاولة شيقة لفعل ذلك في خدمة نشرات الأخبار التجارية البريطانية التي يقدِّمها التليفزيون المستقل. أطلقت نشرات أخبار التليفزيون المستقل — من إعداد آي تي إن (نشرة أخبار التليفزيون المستقل) — شراكة مع صحيفة آسيوية إقليمية اسمها آواز تغطي منطقة شمال إنجلترا، ويستشير التليفزيون المستقل آواز بشأن أخبار ذات صلة بالجاليات الآسيوية، كما سيعتمد أيضًا على الموارد التحريرية المتخصصة الخاصة بالصحيفة. يرى

جوناثان مونرو، مساعد رئيس تحرير نشرات أخبار التليفزيون المستقل، أن الأمر أكثر من مجرد تدريب على جمع الأخبار:

> اتصلنا بصحيفة آواز في غمرة الاستعداد لذكرى تفجيرات السابع من يوليو لمساعدتنا في إرساء فهم أفضل للمجتمع الإسلامي وتمكيننا من تغطية أخبار معينة على نحو أكثر شمولية؛ فقد أثبتت تغطية خبر مصباح رنا أن المؤسسات الإخبارية لا تفهم الأمور دائمًا فهمًا سليمًا ونحن في حاجة إلى فهم قضايا تمس مشاهدينا المسلمين والآسيويين فهمًا أفضل. (جوناثان مونرو، نشرات أخبار التليفزيون المستقل)[12]

في سياق الإرهاب لا بد من اعتبار الصحافة شبكة استهلاكية وإنتاجية. إذا كانت المجتمعات تستهلك بطريق متنوعة؛ فذلك إذن إثراءٌ إيجابيٌّ يقدِّمه مشهد الإعلام الجديد. لدينا في العالم الحديث هويات متعددة على نحو متزايد، ومن الجيد بكل تأكيد أن تعكس الصحافة هذا الوضع الراهن. لكن إلى أي مدًى قد يتحسن ذلك إذا كانت الصحافة نفسها أكثر اتصالًا وبمقدورها أن تربط المصالح العامَّة أو الحوار المشترك؟ هذا أمر ذو أهمية هائلة في السياق العالمي.

(١-٣) الصحافة الشبكية والسياسة العالمية

واحد من أغرب الأخبار التي شاهدتها في حياتي مؤخرًا كان خبرًا في فوكس نيوز عن برنامج الأطفال التليفزيوني الفلسطيني «رواد الغد» على قناة الأقصى الفضائية. في هذه الحلقة من البرنامج الأسبوعي، يحرض رجل يرتدي ملابس ميكي ماوس طفلةً تقدِّم البرنامج لتشن حربًا أيديولوجية وفعلية على اليهود (انظر شكل ٤-١). كان هناك اقتباس عن الطفلة سارة برهوم، مقدِّمة البرنامج البالغة من العمر أحد عشر عامًا، في صحيفة أوبزرفر البريطانية وهي تقول: «نحن نحب الحياة، لكننا نرحب بالاستشهاد.»[13] يمكن للمرء، على غير العادة، أن يشارك فوكس نيوز كامل شعورها بالغضب،[14] مع أنني كنت مندهشًا من ثورتها حيال انتهاك حقوق ملكية ديزني الفكرية بنفس قدر ثورتها إزاء التعبير عن المشاعر الطاغية المعادية للسامية في البرنامج الذي تموِّله العامَّة والمكافئ لبرنامج عالم سمسم. للأسف قررت فوكس نيوز ألا تدعو الفلسطينيين مع

آخرين لمناقشة كيف يمكن لمجتمع أن يكون مختلًّا حتى يخلق هذه النوعية من الثقافة الإعلامية. لم يظهر أي شخص ليشرح أو يبرر، وتُركت التحيزات دون دحض لدى كلا الجانبين، وتجاهل الكثير من وسائل الإعلام التقليدية الخبر تمامًا. أعتقد أن سببًا من أسباب هذا التجاهل هو أن وسائل الإعلام الأكثر ليبرالية كانت قلقة من الإشارة إلى أن البرنامج جسَّد شيئًا كان منتشرًا على نطاق واسع في الثقافة الفلسطينية، وليس مجرد مثال متطرف للحرب الدعائية التي تشنها حركة حماس. نحن في حاجة إلى المزيد من هيئات البث المهتمة — على غرار فوكس في هذه الحالة — بالشئون الدولية والفروق الأيديولوجية الموجودة. على أننا بحاجة أيضًا إلى صحافة أكثر اتصالًا تسعى إلى فتح نقاش بين شعوب العالم. نحن جزئيًّا في معرض صحافة أفضل تطرح قضايا صعبة مثل قضية برنامج قناة الأقصى للنقاش؛ فحتى المعالجة المتروِّية والشاملة والمتوازنة ليست كافية. تحتاج وسائل الإعلام الشبكية العالمية إلى فتح القنوات للناس.



شكل ٤-١: برنامج أطفال فلسطيني يصطبغ بصبغة سياسية: رواد الغد على قناة الأقصى الفضائية، (حقوق نشر الصورة محفوظة).

أحد الأمثلة على ذلك هو تأثير قناة الجزيرة على الشرق الأوسط والشعوب الإسلامية على نطاق واسع وعلى المؤسسات الإخبارية الأخرى. لطالما كانت شبكة الجزيرة التي

مقرها الدوحة عاملًا حافزًا للإصلاح الإعلامي طَوال العَقد الماضي؛ فمجرد وجودها كان له تأثير صحفي شبكي على الإعلام العالمي، وتشاهدها كل مؤسسة إخبارية دولية لأنها تقدِّم رأيًا «غير غربي» في شئون العالم، وهي كذلك تُنتج عددًا كبيرًا من حالات السَّبق الصحفي؛ بفضل ما تنعم به من اتصالات مع المنظمات أو الجهات العربية والإسلامية، وبصفة عامَّة هي الآن محطُّ إعجاب الصحفيين حول العالم، ومن الواضح أنه يشوبها تحيُّز مؤسسي يعكس جذورها الشرق أوسطية، لكن هذا لا يختلف كثيرًا عن الطريقة التي تتأثر بها السي إن إن أو البي بي سي بأصولها وممويليها وتكوينها الثقافي. أثبتت الجزيرة أيضًا أن هناك سوقًا لصحافة مستقلة وجديرة بالثقة نسبيًّا في الشرق الأوسط، وفوق ذلك هي لا تتلقى أوامر من لندن أو أتلانتا أو نيويورك، وإلى جانب الجزيرة الإنجليزية لدينا الآن مجموعة منوعة من القنوات الإخبارية التي تعمل على مدار ٢٤ ساعة من أنحاء الشرق الأوسط كافةً. كوَّنت الجزيرة أيضًا جمهورًا مختلفًا له توقعات جديدة. كما أوضح كبير مراسليهم السابق يسري فودة في حديث له مع مؤسسة «بوليس» البحثية، أن الفعل البسيط المتمثل في تلقي البرامج للمكالمات الهاتفية يغير الثقافات:

> نحن نستضيف عددًا من الضيوف في الاستوديو ونتحاور معًا مع إتاحة الفرصة لتلقي المكالمات الهاتفية على الهواء مباشرة. كانت هذه لحظة تاريخية؛ فعندما اتصل المشاهدون لم يصدقوا أنهم يتحدثون على الهواء مباشرة بالفعل، وظلوا يتساءلون عمَّن يراقب المكالمات؛ إذ لم يكن بمقدورهم تصديق أن في وسعهم التحدث على الهواء مباشرة. منح هذا الناس قدرًا من التمكين؛ لأن المعلومات والحقائق وتلك النوعية من الصحافة ليس في وسعها إلا أن تمكِّن الناس، وعندما تمكِّن الناس الذين لم يكن مستهدفًا تمكينهم، فإن هذا هو ما يزعج الحكومة بحق، وعندما تنزعج حكومة إذن فهناك مشكلة بها. (يسري فودة، مراسل الجزيرة)[15]

إذن من ناحية، كانت الجزيرة وسيلة لإعطاء الناس فرصة للتعبير عن آرائهم، ومن ناحية أخرى كان يسري فودة أيضًا قناة لأسامة بن لادن. لقد كان «ساعي أسامة» كما

رأته حكومة جورج بوش. لكن فودة يؤكد على أن أي صحفي كان سيرغب في بثِّ تلك المواد:

> سيروق لكل مصدر أن يستخدمك، والآلية تعمل بنفس الطريقة بحذافيرها، سواء أكان المصدر رئيس دولة أو منظمة إرهابية. إن تقديرك لموقف معين هو مسئوليتك كصحفي، وقد كنت محظوظًا؛ فقد دعتني منظمة القاعدة لتلقِّي بعض المعلومات الحصرية، وقد انتهى بي الحال بمحاورة العقلين المدبِّرين لهجمات الحادي عشر من سبتمبر. لكنني لم أكن هناك لأتجادل معهم أو أناقش أمورًا بعينها. وقد عدت بجَعْبتي معلومات وحقائق لم تكن حتى وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية تملكها. (يسري فودة)[16]

على نحو عجيب، كانت قناة الجزيرة تجمع أسامة بن لادن، والحكومة الأمريكية، والجماهير العربية معًا (انظر شكل ٤-٢). لقد كانت واحدة من أوائل هيئات البث الشرق أوسطية التي تسمح ببثٍّ إسرائيلي منتظم. بالطبع كان لقناة الجزيرة تحيُّزها؛ فهي ليست متعاطفة مع السياسة الخارجية للولايات المتحدة أو إسرائيل، لكن قناة البي بي سي ليست كذلك أيضًا. لكنها شكلت خطوة كبيرة للتقدم نحو صحافة عالمية أكثر اتصالًا. إن مجرد وجود قناة الجزيرة أضاف إلى تنوُّع صحافة العالم، وتؤكد حقيقة أنها تتألف من الكثير من الصحفيين الذين كانوا يعملون فيما سبق في البي بي سي وصحفيين آخرين من الغرب على الكيفية التي ترتبط بها بسائر ثقافة الصحافة العالمية، ومع ظهور قنوات أخرى مثل فرانس ٢٤ والقنوات الموجهة لأفريقيا، فإننا نشهد بزوغ عالم بثٍّ إخباري متنوعٍ وأكثر ترابطًا. لو استطاع هذا النظام البدء في استغلال إمكانيات عملياته على الإنترنت بالطريقة التي اتبعتها وكالة رويترز، لكان هناك إمكانية هائلة للتفاعل بين عالم المدوَّنات، وصحافة المواطن، وهذه المنصات العالمية الضخمة. إن إنشاء قناة إخبارية تعمل على مدار أربع وعشرين ساعة تضخ نفس التسجيلات ولديها مذيعون أنيقون يتلون على مسامع المشاهدين نفس العناوين الرئيسية هو أمر سهل نسبيًّا. البراعة هي أن تعتمد تلك القنوات على مجتمعات جماهيرها الأساسية والجماهير على النطاق الأوسع لإنشاء شبكة اتصال حقيقية.



شكل ٤-٢: قناة الجزيرة: نموذج لتصميم غرفة أخبار هيئة بثٍّ عالمية حديثة لكنها تملك توجُّهًا تحريريًّا خاصًّا بها ينعكس على أجندتها الإخبارية (حقوق ملكية الصورة لكريم جعفر/وكالة أنباء فرانس برس/جيتي إيمدجز).

(٤-١) الصحافة الشبكية وتحدي حادثة الرسوم الكاريكاتورية المسيئة إلى الرسول

يتعيَّن على الصحافة الشبكية التعامل مع قضايا ثقافية جديدة تثير معضلات أخلاقية جديدة تمامًا. كانت ملحمة الرسومات الكاريكاتورية الدنماركية في عامي ٢٠٠٥ / ٢٠٠٦ جدلًا مختلقًا من الألف إلى الياء. لكن فيما كانت هذه حادثة استثنائية إعلاميًّا، فإنها كشفت كثيرًا من المصاعب التي تواجه عالمًا إعلاميًّا متنوعًا لكن غير مترابط. في السابع عشر من سبتمبر ٢٠٠٥ نشرت صحيفة بوليتيكن الدنماركية مقالًا تحت عنوان «الرهبة الشديدة من انتقاد الإسلام». ناقش المقال الصعوبة التي واجهها الكاتب كاري بلوتكن في العثور على رسَّام على استعداد للتعاون معه في إعداد كتاب للأطفال عن «القرآن وحياة النبي محمد». رفض ثلاثة رسامين عرض بلوتكن قبل أن يوافق أحد الرسامين مساعدته سرًّا دون الإفصاح عن هويته. (ذكر بلوتكن أن سبب رفض أحد الرسامين كان اغتيال

المخرج ثيو فان جوخ في أمستردام.) ثم توالت سلسلة من الأعمال الاستفزازية المتعمَّدة، كلٌّ منها حُبِك بعناية لإثارة رد فعل أصبح بدوره خبرًا.

وكأمارة على تأييد حرية التعبير، أجرت صحيفة دنماركية مسابقة لنشر رسومات كاريكاتورية ساخرة للرسول. استاء الأئمة الدنماركيون وبدءوا في اتخاذ الإجراءات القانونية، وجالوا الشرق الأوسط يعرضون الرسومات الكارتونية على القادة الدينيين والسياسيين ويهيِّجون مشاعر الاستياء ويدعون للمقاطعات. بعدها بستة أشهر بدءوا يحصدون بعض النتائج؛ فقد حدثت سلسلة من الأحداث نظم معظمها جماعات تملك محاور محلية للتحرك في أنحاء الشرق الأوسط. انتهز المسلمون المتشددون الفرصة لإظهار استيائهم، موجِّهين إياه على الأرجح نحو السلطات المحلية مثلما كانوا يوجهونه نحو الدنماركيين.

في تلك اللحظة أصبح الخبر عالميًّا وصار الجدل حول «هل يجوز إعادة نشر الرسومات» بنفس أهمية «هل كان يجوز نشرها في المقام الأول».

في تلك الأثناء كنت رئيس تحرير البرنامج في نشرة أخبار القناة الرابعة، وهي نشرة أخبار مسائية جادة وبرنامج تحليلي مدتهما ساعة، يذاعان على الهواء مباشرة، وتُعدُّهما شبكة التليفزيون المستقل خصوصًا للقناة الرابعة بالمملكة المتحدة. وفي فترة الإعداد للنشرة في اليوم السابق، لاحظت في تعليق صورة نشرتها وكالة رويترز خبرًا صغيرًا حول التظاهرات في سوريا ضد الرسومات الكاريكاتورية الدنماركية، ولم يكن الخبر قد نُشر تقريبًا في صحف المملكة المتحدة، لكنني ظننت أنه ربما يشكل خبرًا جانبيًّا مثيرًا للاهتمام من النوع الذي يثير الجدل التقليدي حول «حرية التعبير مقابل حساسية الأقلية»، وكنت قد افترضت أننا سوف نعرض الرسومات الكاريكاتورية كاملة بطريقة ما. غير أنه في صبيحة اليوم الذي أذعنا فيه الخبر كانت القضية قد ذاعت وكانت تتصدر عناوين الأخبار للمرة الأولى في المملكة المتحدة، وأدرك فريق التحرير الإداري أننا كنا في مأزق خطر.

قبيل البث المباشر بساعة دار نقاش أخلاقي شيق بيني وبين المحرر الصحفي ومقدِّم البرنامج. كنت أرغب في عرض الرسومات بوضوح لأنني شعرت أنه من الغريب ألا ننشر صور شيء في صميم الخبر؛ على أننا قررنا عدم نشرها؛ وأحد أسباب هذا أننا استشعرنا أن الأمر كان يخرج عن السيطرة وقد يثير نشرها العنف في المملكة المتحدة؛ فهل يستحق الأمر تلك المعاناة؟ ورجع قرارنا جزئيًّا إلى أن بعض منافذ البث الأخرى لم

تعرض الرسومات الكاريكاتورية، وما من صحيفة قط طبعتها كاملة في المملكة المتحدة. أخيرًا حَسَبْنا حِسْبَتنا (وهذا أمر أسهل كثيرًا بالنسبة لبرنامج لن يتكرر) وأدركنا أن القيمة التي ستعود علينا من عرض الرسومات الكاريكاتورية على الشاشة لا تضاهي الاستياء الواضح الذي سوف تثيره.

أعتقد أننا، بفارق ضئيل، اتخذنا قرارًا معقولًا لكنه ضعيف؛ فقد انتهى الحال ببث ١٣ ثانية تعرض الرسومات الكاريكاتورية بينما يمسكها أحد المسلمين أثناء تظاهرة من أجل شن حملة مقاطعة في الشرق الأوسط، وذلك في فيلم من تصوير إحدى الوكالات الإخبارية. يمكنك رؤية الرسوم الكارتونية، ويمكنك الاستماع إلى الرجل وهو يصف لماذا يراها مسيئة. كان هذا جزءًا من فيلم إيضاحي مدته ثلاث دقائق أعقبه مناقشة بين أحد الممثلين لمنظمة إسلامية ومحرر صحفي بريطاني سابق. إن عدم عرض الصور لم يحرم أي شخص حقًّا من معلومات جوهرية لا تقدَّر بثمن، كما أن الصور نفسها كانت متاحة بسهولة على الإنترنت. في هذه الحالة كانت الرسومات تُنشر لغرض الاستفزاز؛ إذ لم تكن الإساءة عَرَضية، وبنشرها كنا سنكرر الأمارة الاستفزازية في حد ذاتها؛ وعليه، فبالنظر للأمر من منظورنا الحالي أعتقد أننا نجونا من كارثة وأن هذا كان قرارًا معقولًا، لكن حدسي كان يخبرني أنه كان بمقدورنا أن نتخذ قرارًا أكثر مجازفة يمكِّننا من عرض الصور بتفصيل أكبر ربما مصحوبةً بتحذيرات. قررت البي بي سي عرض نسخة مشابهة للفيلم الذي عرضته نشرة أخبار القناة الرابعة، لكن لفترة أقصر بكثير، لمدة ثلاث ثوانٍ فحسب، ولم تكن هذه فترة كافية بحق لإعطاء أي فكرة عن الإساءة التي تطرحها الصور في حد ذاتها. الخط الفاصل بالنسبة للبي بي سي هو أنها لم تشأ أن تُرى على أنها «تنشر» الرسومات الكاريكاتورية؛ إذ كانت مجرد إشاعة بأن برنامج البي بي سي «نيوزنايت» ينوي نشرها كافية لإثارة التظاهرات خارج استوديوهات الأخبار الرئيسية للمؤسسة بغرب لندن. كانت تلك التظاهرات وتظاهرات شبيهة خارج السفارة الدنماركية بلندن هي التي أثارت تساؤلي حول كون الإعلام الإخباري البريطاني التقليدي ضعيفًا تحريريًّا. كان المتظاهرون يستهجنون فكرة حرية التعبير في حد ذاتها، وبالطبع لم يكونوا على الإطلاق ممثِّلين للمسلمين كلهم. لكن بدا الأمر بالفعل وكأننا قد قمنا بتنازل من أجل فئة كانت قد أثارت اعتراضًا ثقافيًّا معينًا على فكرة عرض هذه الرسومات على أي فرد، وليس مجرد طلب مدروس بكبح نشرها. هذا هو التحدي الأعمق الذي يمثله جدل الرسومات الكاريكاتورية.

إن جدل الرسومات الكاريكاتورية هو نموذج لنقاش عالمي يدور بين المسلمين حول الكيفية التي يرسلون بها رسائل إلى العالم عبر وسائل الإعلام، فهناك «المتشددون» الذين يرحبون بالاختلاف والنزاع ويرفضون الأفكار الليبرالية للإعلام كقناة للحفاظ على الترابط. هم يطيب لهم استخدام الإعلام التقليدي وخلق شبكة اتصالات شديدة الترابط خاصة بهم؛ على أنهم يَرَوْنَ أن ذلك يخدم أهدافهم السياسية التي تدعو إلى الطهارة والانعزال. وهناك أيضًا «المعتدلون» الذين هم أيضًا منقسمون فيما بينهم حول الكيفية التي يريدون أن يتناول بها الإعلام قضاياهم. في حالة الرسوم الكاريكاتورية، يمكن أن يدعي المعتدلون أنهم حققوا انتصارًا في ضوء درجة التقييد الشديد لحرية النشر من قِبَل الإعلام البريطاني. على أن المتشددين يمكن أن يدَّعوا أيضًا أنهم حصلوا على ما ابتغوه لأن الرسوم الكاريكاتورية لم تُنشر بالكامل في الإعلام التقليدي بالمملكة المتحدة. لقد نجح المسلمون المتشددون في تعريف الخبر على أنه خبر خاص بالمسلمين مقابل حرية التعبير، وبعدم نشر الرسوم الكاريكاتورية رضخت وسائل الإعلام التقليدية بشكل عملي لمطلبهم بأن المهانة التي شعروا بها أهم من حرية التعبير.

في الواقع ربما حفظت قصة الرسوم الكاريكاتورية حق الإعلام في الإساءة، حتى إلى قلة مستضعفة، ولم تقضِ عليه، وبتصرف وسائل الإعلام بشكل مسئول في هذه القضية، أتمنى أن يوفِّر لها هذا إمكانية الدفاع عن أمثلة أفضل تُملي فيها الحرية الفنية أو السياسية على الناس أن يقولوا أو يعبروا عن أشياء تجدها أقلية ما مسيئة. تكررت هذه القضية بشكل ما عندما أصدرت جماعات إسلامية مختلفة فتاوى عندما منحت الحكومة البريطانية درجة الفروسية لسلمان رشدي مؤلف رواية «آيات شيطانية» عام ٢٠٠٧. هذه المرة اتخذ كلٌّ من وسائل الإعلام والحكومة موقفًا حازمًا فيما كان يُعدُّ بكل وضوح حالة دفاع عن حرية التعبير الفنية المشروعة.

كان بإمكان الصحافة الشبكية أن تفعل ما هو أكثر من ذلك بكثير في تغطية جدل الرسوم الكاريكاتورية؛ فقد كان هناك كمٌّ هائل من التعليقات في عالم المدوَّنات حول هذه القضايا. كان هذا يظهر بين الفينة والفينة في منافذ وسائل الإعلام التقليدية على الإنترنت في شكل مشاحنات غاضبة في منشورات المنتديات والتعليقات. أماط هذا اللثام عن مستوًى عميق ومستشرٍ من التشويش والخوف من القضايا الثقافية التي أثارتها تلك الرسوم. كما أظهر أنه كانت هناك رغبة عامَّة شديدة للتواصل والنقاش وافتقار عامٌّ إلى الأماكن التي يمكن عقد تلك المحادثات فيها. أخفقت وسائل الإعلام التقليدية

في التواصل مع هذا الحوار العام؛ لقد كان يُقيِّدها من ناحية ما لاقته من صعوبات في تغطية الخبر؛ فبينما كنت أفكر عمليًّا في طريقة لتجنب عرض الرسوم، كان جمهوري قد رآها بالفعل وانتقل إلى متابعة العواقب. كان بمقدور الصحافة الشبكية أن تجعل هذا الجدل واقعًا من خلال ربط مستويات الحوار المختلفة، وكان بإمكانها ربط الفئات المختلفة وإدماجها في نقاش أكثر ترابطًا عن كلٍّ من القضايا والتناول الإعلامي لها.

العبرة من حادثة الرسوم الكاريكاتورية والقضايا الأخرى التي أثارتها في هذا الفصل هو أن الصحافة لا يمكنها التظاهر بأنها تعمل في فراغ؛ فإذا لم يكن الصحفيون الإخباريون على دراية بجماهيرهم، فسيفعل آخرون ذلك. وإذا لم نجِدْ طريقة لربط الناس، فسيجد آخرون طريقة لفعل ذلك. وكما رأينا، فالمتشددون خبراء في استغلال تكنولوجيا الاتصالات الجديدة، وليست مهمة الصحفيين التصدي لذلك أو السعي إلى تعبئة المشاعر السياسية، لكننا سنواجه صحافة رديئة وسوقًا فاشلًا لو لم تسعَ الصحافة نحو اتصال أفضل مع الجماهير المتعددة، وفي سياق المجتمع والإرهاب، أرى أن هناك حتمية أدبية بالمثل تدفعنا نحو ذلك.

(١-٥) إساءة فهم المسلمين

إذا كانت وسائل الإعلام تفشل أحيانًا في فهم واستيعاب المجتمع الإسلامي والقضايا الإرهابية، فإن السبب الجذري وراء ذلك كما يقول البعض هو «فشل» المسلمين في توضيح أنفسهم والتعبير عنها. لا يشبه هذا «إلقاء اللوم على الضحية». من الضروري أن يبذل المجتمع والمجتمعات الإسلامية نفسها المزيد من الجهود الجماعية المنسقة كي ينقلوا إلى الجماهير الأوسع نطاقًا نوعية المناقشات التي تدور بين المسلمين كل يوم، سواء ما يتعلق منها بالترعرع في بريطانيا واكتساب الهوية البريطانية والأداء الدراسي الجيد. هذا أمر مهم؛ إذ يجب عند وقوع حوادث إرهابية، أن يكون الشيء الراسخ في أذهان الناس نمط الحياة الطبيعية والمستقرة التي يحياها معظم المسلمين.

لكن أهي غلطة الإعلام أن المسلمين كافة يُوضعون في سلة واحدة، وأن المسلمين المعادين للإرهاب لا تُتاح لهم فرصة التعبير عن رأيهم؟ لا ينظم المسلمون أنفسهم بنفس الخطوط الهرمية الواضحة التي ينظم بها المسيحيون أو الفئات المجتمعية الأخرى أنفسهم. غالبًا ما تبحث وسائل الإعلام عن ممثلين أو أمثلة نموذجية معبرة غير موجودة؛ وعليه، ينتهي بهم الحال أن يطرحوا الأسئلة غير المناسبة على الأشخاص غير المناسبين.

ثمة اختلافات شاسعة داخل «المجتمع الإسلامي»؛ حيث يتألف من ٦٠ أمة وخلفية لغوية مختلفة، حتى بين مسلمي لندن، وفقًا لما جاء عن المفكر البريطاني المسلم يحيي برت الذي يحظى بالتقدير والاحترام، إنها «مسئولية الصحفيين الأخلاقية» ألا يبحثوا عن صوت مسلم واحد ليمثل المسلمين، وإنما أن ينقلوا «زمرة من الأصوات».[17] وبعيدًا عن الأخلاق أرى بالطبع أن الصحافة الجيدة (وربما الصحافة الشبكية) تفعل ذلك.

على الرغم من الاهتمام الإعلامي الكبير بإعداد أخبار عن المسلمين «العاديين»، إلا أن استجابة المسلمين أنفسهم لهذا الاهتمام تقل. لقد سادت ردود الفعل الدفاعية المتحفزة والانسحاب المتعمد من المناقشات، وقد يرجع هذا إلى الخوف المتفشي بداخل المجتمع الإسلامي، ولا سيما الثقافة المتحفظة لدى الأئمة الذين يكونون أقل استعدادًا للتحدث علنًا ضد تفاسير الجهاديين للقرآن، وهل يجدر بالإعلام أن يشرك المتشددين في النقاش؟ ما مدى النفع الذي يعود من التوجه الحديث المتمثل في توفير منصة إعلامية لأحد المتطرفين السابقين مثل إد حسين مؤلف كتاب «الإسلامي»؟[18] يصف بعض المسلمين هؤلاء بأنهم «نصابون»، ويقولون إن عرضهم في الإعلام يروج أفكارًا خطيرة، ويعطي انطباعًا بأن المسلمين السياسيين كافة يستقلُّون نفس الناقلة المتجهة نحو التطرف. لكن من المهم كشف ما لدى هؤلاء المتطرفين من معلومات عن دوافع وتنظيم الجماعات الإسلامية المتطرفة على الملأ، وفقط عندما يحدث هذا يمكننا المضيُّ قدمًا في النقاش. يحتاج المسلمون إلى أن يكونوا أكثر اتصالًا بفرصة الاتصال التي تقدِّمها وسائل الإعلام الإخبارية. تتعلق هذه المسألة جزئيًّا بمبادرات مثل تقديم تدريب إعلامي للأئمة، لكنها تتعلق أيضًا بتطوير صحافة أكثر ترابطًا تشرك العامَّة في عملية تغطية مجتمعاتهم، وتتيح للأشخاص التعرف على مختلف وجهات النظر.

(١-٦) الصحافة الشبكية: العالمي أصبح محليًّا

يتعيَّن على وسائل الإعلام على مستوى العالم تفهُّم القضايا المحيطة بالإرهاب والمجتمع. يتعيَّن عليها أن تكون أكثر اطلاعًا على التفاصيل الفنية وتعقيدات الحجج الجدلية. يقتضي هذا حنكةً أكبر في معاملة المسلمين كمجتمع وكعنصر في الشئون الدولية. سيؤدي هذا النوع من الحنكة أيضًا إلى ريبة أكبر بشأن الادعاءات المطروحة بالنيابة عنهم. نحن الآن في مرحلة جديدة من علاقات المسلمين بالإعلام. يجد الصحفيون على نحو متزايد طرقًا لطرح الأسئلة المناسبة، على أن العلاقة لا تزال يشوبها العداء المتبادل والافتقار

إلى القدرة على التفهُّم من كلا الطرفين، ولا يمكن تحسين هذه العلاقة ونتائجها إلا من خلال الصحافة الشبكية ودرجة عالية من التنوع التحريري ومحو الأمية الإعلامية.

ثمة أدلة على أن هذا يحدث بالفعل؛ فعلى سبيل المثال، تتيح الزيادة التي حدثت مؤخرًا في تعددية القنوات الإخبارية الدولية المستمرة وجهات نظر تنافسية في الشئون العالمية. انطلق كلٌّ من قنوات فرانس ٢٤، والجزيرة الإنجليزية، وقناة العربية، وروسيا توداي في السنوات القلائل الماضية، ونحن في انتظار قناة إيه ٢٤ التي ستقدم تغطية لأخبار عموم أفريقيا على مدار الساعة، وكما هو الحال مع أي سوق مرتبط بالعمل الصحفي يمكن أن تتمخض هذه المنافسة عن اختلاف وتنوع، ومن الممكن أيضًا أن تؤدي إلى اطلاع المنتجات الإخبارية المختلفة على آراء أكثر تعقيدًا حول الأخبار، فمجرد تشغيل قناة الجزيرة في أي غرفة أخبار بالعالم الغربي فإن هذا له تأثير إثرائي متبادل. هذا شكل من أشكال الترابط. لكن في ظل محدودية ميزانيات ونسق هذه القنوات تظهر التساؤلات حول مدى نجاحها في الاتصال الحقيقي مع جماهيرها؛ فعندما تتعامل مع قضايا الإرهاب والمجتمع الكبيرة التي أثرناها في هذا الفصل، فإن جميع الاحتمالات تشير إلى أنها سوف تتعامل معها بنفس الطريقة التي لطالما يتعامل بها الإعلام دائمًا؛ أي عرضها من منظور فوقي يعكس أجندة المتحكمين في الموقف؛ وهم كلٌّ من السلطات والإرهابيين.

حين يتشارك الصحفيون مسئولية التغطية الصحفية للمجتمع والسياسة، حينها فقط سنحظى بصحافة تتجنب تضخيم الحدث ونتائجه من خلال التغطية الفعلية. في أعقاب الأعمال الإرهابية لا يدين الصحفي بالولاء لأي أحد سوى الجمهور. توضح الصحافة الشبكية هذا بجلاء؛ فمن خلال الاتصال بالمواطن تيسِّر الصحافة الشبكية إجراء مناقشة يمكن أن تكون بذرة للمشاركة المدنية حتى عندما يكون النسيج المجتمعي رازحًا تحت أقصى ضغط ممكن.

ملخص الفصل

- يمثل الإرهاب شكلًا من أشكال العلاقة السببية غير المباشرة بين السياسة المتطرفة والعنف.
- الإرهاب متأصل في المجتمعات المحلية والعالمية.
- تسعى الصحافة الشبكية إلى فهم قضايا الإرهاب والمجتمع وربطها.
- تستخدم الصحافة الشبكية الشبكات لتكون أوسع اطلاعًا.

- تستطيع الصحافة الشبكية مكافحة الانتقال من التنوع الإعلامي إلى التفتيت المجتمعي من خلال ربط مختلف وسائل الإعلام والفئات الشعبية.
- يمكن للصحافة الشبكية صنع اتصالات على مستوًى عالمي.
- يتعيَّن على الصحافة الشبكية الحفاظ على مبادئها الصحفية الأساسية مثل أولوية حرية التعبير.
- الصحافة الشبكية أكثر وعيًا وتأمُّلًا فيما يتعلق بعملية التغطية الصحفية للإرهاب والمجتمع.
- تعمل الصحافة الشبكية من أجل جلب المجتمعات المنفصلة للالتفاف معًا حول مائدة مناقشة الإرهاب والأمن.

الفصل الخامس

يمكننا جميعًا أن نكون أبطالًا خارقين

الصحافة الشبكية قيد العمل: التنوع التحريري
ومحو الأمية الإعلامية

سلَّط تحدي الإرهاب الضوء بقوة على أننا بحاجة إلى المزيد من الصحافة، لا أقل، وأن الصحافة بحاجة إلى التطور. ولقد ذكرتُ أن هذه الصحافة تحتاج إلى أن تكون أكثر ترابطًا بمراحل؛ وبما أن كل صحفي بمقدوره فعل المزيد، فإن كل صحفي سوف يقدِّم المزيد. مرحبًا بكم في عصر الإعلام الخارق وبطل هذا العصر هو «الصحفي الشبكي». سيظل لدى الصحفي الشبكي مهام ومهارات أساسية معروفة، فنحن نريد شخصًا يغربل التدفقات المعلوماتية الهائلة، وأن يفعل ذلك بسرعة؛ فقد أصبح بإمكاننا الاطلاع بلا قيود على كم هائل من الحقائق والآراء والصور. نحن بحاجة إلى محررين؛ إلى شخص ينتقى بين الخيارات، ويفاضل بين البيانات والتعليقات على حسب أهميتها، ولا بد من إخراج هذا كله في صورة نهائية. نحتاج إلى أشخاص بمقدورهم معالجة المعلومات بطريقة نجدها مفهومة، ويتعيَّن فعل ذلك بسرعة، بل ويمكن أن تكون الصحافة أكثر نفعًا بأن تقدِّم لنا تغطية محلية ترصد التغيرات التي تطرأ على عالمنا السريع الإيقاع بصورة متزايدة. ولكي تستحق عملية نقل الإخبار لقب صحافة لا بد أن تنال درجة من المصداقية لا أن تكتفي بكونها شهادة على الأحداث، ولا بد أن يثق الناس بها كنسخة من الواقع تتطلع إلى الموضوعية والنزاهة والدقة والشمولية. ربما تكون ذات قيمة دون هذه الميزة، لكنها لن تكون صحافة في تلك الحالة. يمكن أن تعهد بهذه المهارات إلى فاعل متخصص، وبعبارة أخرى: إلى صحفي. أو أن المشاركين بمقدورهم تحمل مسئولية تلك

الأدوار. وفي كلتا الحالتين يكون الشكل النهائي هو صحافة شبكية. وسأحاول في هذا الفصل الأخير توضيح الكيفية التي يمكننا بها إنقاذ الصحافة؛ أعني بهذا الكيفية التي ينبغي أن نغير بها الصحافة. وكي نفعل ذلك نحتاج إلى الاستثمار في التنوع التحريري ومحو الأمية الإعلامية، وسأختم بالإشارة إلى ما قد يقدِّمه هذا في مجال السياسة.

يحتاج الصحفيون العاملون بالصحافة الشبكية إلى أن يكونوا أكثر كفاءة من أي وقت مضى؛ لأنهم يعملون مع أناس يظنون أنهم يعرفون أكثر منهم ألا وهم العامَّة، وفي كثير من الأحيان يكون هذا صحيحًا بالفعل؛ فالمعلومات في كل الأرجاء ومن السهل الوصول إليها؛ وعليه، فيتعيَّن على الصحفيين العاملين بالصحافة الشبكية إضافة قيمة تحريرية إضافية. وفي هذا العصر الذي يتميز «بفيض المعلومات» سيكون هناك المزيد من الطلب على الصحفيين بصفتهم محررين، وعلى الأسماء الصحفية الجديرة بالثقة التي يمكن الاعتماد عليها، في التخلص مما لا قيمة له وإنتاج ما هو نافع بطريقة تتسم بالمصداقية. وفي عالم تتلاعب فيه الحكومات وأصحاب الأعمال بوسائل الإعلام على نحو متزايد، تتزايد أهمية استخدام الصحفي الاستقصائي للتكنولوجيا وأساليب الاتصال لكشف الحقائق المستترة. يتسم الصحفيون العاملون بالصحافة الشبكية بالانفتاح والتفاعلية والاهتمام بمشاركة العملية الصحفية، وبدلًا من أن يكونوا ملقمين يتحكمون في تدفق المعلومات، يكونون وسطاء؛ وتصير الجماهير شريكة في الإنتاج. الصحفيون العاملون بالصحافة الشبكية هم «غير مهتمين بالوسط الذين ينقلون به الخبر» وإنما هم «مهتمون بالخبر» نفسه.[1] تتسم عملية الصحافة الشبكية بكونها أسرع وتساعد على بقاء المعلومات لفترة أطول وعلى دورانها إلى ما لا نهاية. بالطبع يتعيَّن على الصحفيين العاملين في مجال الصحافة الشبكية معرفة آلية عمل التكنولوجيا وكيفية استخدامها: من مدوَّنات، وملقمات أخبار، إلى العلامات، والروابط إلى آخر المصطلحات الخاصة بالتكنولوجيا. كما يتعيَّن عليهم التمكن من وضع مقطع فيديو أو مقطع صوتي على الإنترنت، ومن البث الصوتي، وبعث رسائل تحذيرية، وبإمكانهم تعهيد الجماهير وإنشاء صفحات ويكي. ليست جميع هذه المهام جديدة أو عالية التقنية؛ فالصحافة في عصر شبكي تستعين أيضًا بقوالب قديمة. بعض «المنصات الإعلامية» المجربة والمختبرة يجري إعادة اكتشافها من أجل الصحافة. لقد زاد عدد الكتب غير الروائية التي تتناول موضوعات جادة مثل كتاب «أمة الطعام السريع»،[2] والأفلام الوثائقية الطويلة مثل فهرنهايت ٩ / ١١، وهذان مثالان اثنان فحسب.[3] الكتب والأفلام الوثائقية هي منصات

إعلامية قديمة تجد قيمة متجددة ومتينة في عصر من المتوقع أن ينتصر فيه كل ما هو سريع وغاضب، ومرتجل وسطحي، ومع ذلك يجد أشخاص مثل مايكل مور ومورجان سبورلوك وإريك شلوسر جمهورًا جديدًا متلهفًا على الأعمال الطويلة. على أنهم يستغلُّون أيضًا التكنولوجيا الجديدة للترويج لأفلامهم وكتبهم ولمدِّ تأثير أعمالهم إلى الإنترنت. ولا يتعيَّن على الصحافة الشبكية أن تكون فقط ماهرة بما يكفي لاحتضان مجموعة التغيرات الحالية، وإنما أن تكون أيضًا مرنة بما يكفي لاغتنام مجموعة الفرص التالية كي تنهض.

الطرف الآخر في معادلة الترابط هو محو الأمية الإعلامية لدى العامَّة. ليس بالضرورة أن يتحول كل مواطن إلى صحفي. لكن في ظل سياسة واقتصاد المعلومات، لكل فرد الحق في الوصول إلى الإنترنت. وفي البيئة الأكثر ترابطًا يحتاج الأفراد إلى مجموعة متطورة من المهارات لممارسة هذا الحق بطريقة عملية وذات معنًى؛ ومن ثم فنحن بحاجة إلى توفير تجارب التعلم وفرص المشاركة التي ستتيح للعامة الارتباط شبكيًّا بالصحافة. وعلى أحد المستويات تعد هذه مسألة مباشرة نسبيًّا تخص تعديل المناهج من خلال نظام التعليم وما بعده. لكن على مستوًى عميق هي أيضًا مسألة تحدٍّ لفكرة «الجمهور واسع الاطلاع».

كي تتمتع الصحافة بشفافية صادقة وفاعلية أكيدة في بيئة الإعلام الجديد التي وضحتها، يحتاج المجتمع إلى استيعاب شكل مختلف للعلاقة بين الجمهور ومنتج وسائل الإعلام الإخبارية وتدعيمها. يعني هذا أن المؤسسات كافة، بدءًا من الحكومة إلى العلاقات العامَّة ووصولًا إلى القطاعات الخيرية، سوف تُضْطَرُّ إلى إعادة توجيه نهجها نحو العامَّة والإعلام، وسيتعيَّن عليها أن تكتسب معرفة أكبر بالإعلام وتقدم دعمًا أكبر لمحو الأمية الإعلامية بين الناخبين والعملاء والداعمين. يبدأ الأمر بتمكين المواطنين من أن يكونوا جزءًا من عملية الإنتاج الإخباري. على أن هذا عالم إعلام جديد؛ حيث تعني مفاهيم مثل «المشاع الإبداعي» أن محو الأمية الإعلامية ترتبط أيضًا بمحو الأمية الفكرية بل وأيضًا الأيديولوجية، بالإضافة إلى مجموعة من المهارات العملية. وكي يصير هذا كله واقعًا فلا بد أن نستثمر كمجتمعات في الصحافة الشبكية. وفي رأيي فإن هذا المال منفَق في محله. محو الأمية الإعلامية هو منفعة اجتماعية. هو ليس بأهمية خدمات عامَّة مثل الدفاع أو الصحة على سبيل المثال. على أنه شرط مسبق مهم كي تقدَّم المنافع الاجتماعية الأخرى كافة بطريقة فعالة وديمقراطية. يعزز محو الأمية الإعلامية الشفافية والحوكمة عن

طريق المشاركة المدنية. في هذه المرحلة تصطبغ الصحافة الشبكية بالصبغة السياسية. إذن ماذا علينا أن نفعل؟ أولًا، سوف أتناول مفهوم محو الأمية الإعلامية الناشئ من منظور الصحفيين المهنيين ثم من منظور المواطن.

(١) التنوع التحريري

يحتاج الصحفيون العاملون في مجال الصحافة الشبكية إلى إدراك أنهم في منافسة مع مجموعة هائلة من وسائل الجذب البديلة. يجب أن يفهموا تنوع جمهورهم، ولا أقصد بهذا فقط التركيبة العرقية أو الانتماء السياسي للجمهور، إنما أقصد أيضًا حقيقة أننا كلنا سوف يكون لدينا هويات متعددة على نحو متزايد بمساعدة تكنولوجيات الإعلام الجديد. يمكننا أن نتحول من الشخصي إلى المهني، وأن نمزج العمل بالمتعة، والتعلم بالتسلية ونقوم بتغطية المعلومات بينما نتفاعل اجتماعيًّا. لا بد أن تقوم الأخبار بما هو أكثر من مجرد التعبير عن هذا التنوع في ممارسة الاتصالات، ولا بد أن تكون جزءًا منه، ولا بد أن يعكس تكوين غرفة الأخبار جمهورها من حيث التعبير عن هويته ولكن أيضًا من حيث سلوك الصحفيين. من المفترض رؤية التنوع كمورد وليس كشرط أدبي. تيسر الصحافة الشبكية هذا لأن عملية الإنتاج تسمح باستقبال مدخلات أكبر من الجمهور. لكن ما هي المهارات والصفات التي يحتاجها الصحفي الذي يعمل في الصحافة الشبكية كي يصنع إعلامًا خارقًا؟

تتمثل واحدة من المشكلات في وجود نقص في التنوع التحريري في وقت نحتاجه فيه أشد الاحتياج. انظر إلى التركيبة الاجتماعية الفعلية للإعلام الإخباري. قد تظن أن عوامل مثل التوسع العالمي في «مواصلة التعليم» والسهولة التي بها يمكننا جميعًا الوصول إلى صحافة الإنترنت من المفترض أن تعني أن الإعلام الإخباري سيكون أكثر تنوعًا في تركيبه عما سبق. لكن الواقع هو أن وسائل الإعلام التقليدية عرضة لأن تصبح أضيق أفقًا وأكثر تفتُّتًا لا أكثر تعددية وثراءً؛ فهي لا تزال خاضعة لهيمنة مجموعات اجتماعية صغيرة نسبيًّا تخلق ثقافات حصرية غير منفتحة. يختلف هذا على حسب المجتمع ووسائل الإعلام الإخبارية المعنية. على أن تركُّز ممارسي الإعلام الذين ينتمون إلى مجموعات محدودة أمر شائع في معظم الأسواق الإعلامية. في المملكة المتحدة على سبيل المثال، لم نشهد زيادة واسعة في أعدد الصحفيين السود أو المسلمين أو الصحفيين من خارج أبناء الطبقة الحضرية الوسطى. هذا بالرغم من الجهود الجماعية المنسقة التي

يبذلها المذيعون بالأخص لتشجيع تعيين صحفيين من أقليات عرقية. تقلل اتجاهات أخرى مثل نمو دراسات الصحافة في التعليم العالي تأثير هذه المبادرات جزئيًّا؛ إذ يتسبب إضفاء الطابع المهني على الصحافة في استبعاد الفئات المجتمعية التي لا تنتمي إلى النخبة. ليس لديَّ أدنى اعتراض على الدراسات الإعلامية أو الدورات التدريبية في مجال الصحافة كوسيلة للتأهل لمهنة الإعلام الإخباري، بل على العكس تمامًا. لكن هذه الدورات التدريبية تلقى رواجًا كبيرًا، والالتحاق بها يقتضي خوض منافسة شديدة؛ ومن ثم تكمن المشكلة في إنها عرضة للتمييز لصالح الأكثر تأهلًا والمتمتعين بالامتيازات الاجتماعية. كذلك ربما يكون أبناء الطبقة الوسطى هم من يستطيعون تحمُّل الرواتب المنخفضة التي يتقاضاها الموظفون المبتدئون والتي تكون مَعبرًا إلى الكثير من مؤسسات الإعلام الإخباري التجاري؛ إذ سوف يدعمهم أهاليهم ماديًّا أثناء عملهم بلا مقابل إلى أن يكتسبوا هذه الخبرة المبدئية المهمة ويكوِّنوا معارف. يمتزج هذا الاتجاه بشعور متزايد لدى الشباب من الأقليات بأن الإعلام التقليدي غير موجه لهم كمستهلكين، فما بالك كممارسين. من الضروري أن تكدَّ كليات الإعلام من أجل جذب دفعة أكثر تنوعًا إن كانت تبغي تقديم إعلام إخباري يتمتع بالموارد البشرية المتنوعة التي يحتاجها؛ بَيْدَ أَنَّ الصناعة نفسها هي التي تخلق الطلب، كما هو الحال دائمًا مع الإعلام الإخباري.

الصحافة الشبكية ليست الحل الوحيد إلا أنها تقدِّم طريقة لأن يحل التنوع محلَّ التفتيت؛ فهي تقدِّم فرصة لأن تحل الشمولية التشاركية — التي قد تتمخض عن تنوع أكبر في الأشخاص الذين يمكن أن يلتحقوا بمجال الإعلام الإخباري بل ويديروه — محل الحصرية المهنية. الصحافة الشبكية بمقدورها جلب مهارات الإنتاج وتقنيات الاتصال التي تميز الإعلام الإخباري التقليدي إلى الصحافة التشاركية المتصلة بالإنترنت. من مصلحة الإعلام الإخباري أن يوظف تشكيلة منوعة من الأشخاص الذين سوف يتصلون بالجماهير المتنوعة، فضلًا عن أن خبرة العامَّة الظاهرة في صحافة المواطن يمكن أن تساعد في بناء إبداع ومهارات جديدة في الصحافة التقليدية. مع الصحافة الشبكية يمكننا جميعًا أن نتعلم معًا أثناء ممارستها.

ما يجدر بنا تعلُّمه هو الكيفية التي يمكن بها تحسين حالة الصحافة التقليدية المعاصرة التي يشوبها الملل وعدم القدرة على التعبير عن الواقع والافتقار إلى الإبداع على نحو متزايد، فيما تتسارع خطى الأخبار وتتقلص ميزانيات العمليات التحريرية، تصبح طريقة إنتاج الأخبار أكثر توقعًا وأقل اختلافًا. تقدِّم الصحافة الشبكية تنوعًا أكبر في

المحتوى في حال تدبرها كما ينبغي وعلى نحو خلَّاق، وبمقدورها أن تقدِّم مدًى وعمقًا وسياقًا أكبر. ما نسعى إليه هنا هو ما أسميه «التنوع التحريري»، وهو في الأساس انفتاح على التعاون مع مصادر ووجهات نظر وروايات جديدة وقدرة على استخدامها لصنع صحافة شبكية. إليكم مثالًا ضربه توم أرميتاج في مقال عن «الإعلام القادم»:

> عندما اندلعت أعمال الشغب في الضواحي الفرنسية الخريف الماضي، أرسلت الصحيفة السويسرية لو أبدو www.hebdo.ch صحفيين ليدوِّنوا أعمال الشغب من قلب الحدث، حيث كانوا يعملون من مكتب صغير في بلدة بوندي. عندما فعلوا هذا اكتشفوا أن ما يجعل مدوَّنة ما ناجحة ليست التكنولوجيا التي تدعمها، أو تطلعها إلى مصافِّ العمل الصحفي، وإنما ما يجعلها ناجحة هو الأصوات التي تكتبها.
>
> وعليه، غيرت لو أبدو نهجها، فأخذت سبعة أفراد من قاطني بوندي إلى سويسرا، وقدمت لهم دورة تدريبية مكثفة في الصحافة والتدوين ثم سلمتهم المدوَّنة، وكانت النتيجة هي مدوَّنة بوندي بلوج previon.typepad.com التي ما زالت تحقق نجاحًا ساحقًا وتحظى بموقع مهم في مناخ السياسة الفرنسية الحالي. ما كانت هذه المدوَّنة لتوجد لولا إدماج مهارات الإعلام القديم بتكنولوجيا وتوجه الإعلام الجديد.[4]

هذا مثال جيد على مشروع شراكة، وهناك أمثلة أخرى كثيرة،[5] لكن الهدف من الصحافة الشبكية أن يصبح هذا نمطًا متكررًا باطِّراد. في بعض الأحيان سيكون هذا منافيًا للبديهة من منظور الصحافة. وكما يوضح جيف جارفيس، يتعيَّن على الصحفيين في بعض الأحيان أن يفعلوا القليل لإنجاز الكثير:

> جرب هذا كقاعدة جديدة للصحف: غطِّ الأخبار التي تبرَع فيها أكثر ما تبرع، ثم اربطها ببقية الأخبار. هذه ليست الطريقة التي تعمل بها الصحف الآن؛ فهي تحاول تغطية كل شيء لأنها أَلِفت الاضطرار إلى أن تقدِّم كل شيء لجميع أنواع الأفراد في الأسواق التي تستهدفها. كانت تأخذ نسخة وكالة الأنباء ثم تعيد صياغتها حتى يمكنها أن تقدِّم إلى جمهورها كل شيء. لكن في عصر الترابط، من الواضح أن هذا غير مُجْدٍ وغير ضروري؛ إذ يمكنك الوصول إلى أخبار أعدَّها شخص آخر وإلى أخبار بقية العالم، وإن فعلت هذا، فبمقدورك

> إعادة توزيع مواردك المتضائلة على ما يهم. (جيف جارفيس، مدوَّنة باظ ماشين)[6]

وكما يوضح جارفيس، ففي عصر مقاطع الفيديو التي تُذاع على الإنترنت يمكن أن ينطبق هذا على نشرات الأخبار أيضًا. إن تطبيق هذا المبدأ ينبغي أن يساعد الصحفيين على إنجاز المزيد؛ أن يقوموا «بما يهم» كما يقول جارفيس.

وكي يحقق الصحفيون المزيد، فسوف يتعيَّن إعدادهم على نحو أفضل، ولكي يقدموا نوعية تحليل أو تغطية صحفية تضيف قيمة نافعة، فسوف يتعيَّن عليهم التحدث إلى مصادر أكثر، لا أقل. سيتعيَّن عليهم أن يكونوا أكثر مصداقية وجدارة بالثقة في مواجهة الذاتية المطلق لها العنان في عالم المدوَّنات. كما أشار أحد مؤرخي الصحافة، يمكن النظر إلى هذا على أنه عودة إلى القيم الأساسية للصحافة. لكننا بحاجة الآن إلى مزج المهارات التحريرية العتيقة الجيدة مع القدرات والمؤهلات الشبكية الجديدة:

> يمكن مسامحة المراسلين المستنزفين على أحلامهم بأن مجيء هذا العصر من التحليل والتقييم [الذي سيحلُّ محلَّ عصر جمع الحقائق الأساسية] سيؤدي بهم إلى حياة من التأمُّل الهادئ. لكن هيهات! سيتطلب الأمر المزيد من التغطية المضنية وليس أقل ... فالوصول إلى معنى الأحداث سوف يتطلب البحث فيما وراء المؤتمرات الصحفية، والهرب من الحشود الغفيرة، وتعقُّب مصادر أكثر اطلاعًا، وإمضاء المزيد من الوقت برفقة المتضررين ... من المفترض أن المزيد والمزيد من المصادر المتنوعة سوف يحسن أفكار الخبر ويعزز الأخبار، ويساعد المراسلين على معرفة المزيد عندما يصرِّحون بما يعرفونه. (ميتشل ستيفنز، مجلة كولومبيا جورنالزم رفيو)[7]

قد يُوجَّه هذا المورد التحريري الذي تحرَّر مؤخرًا نحو تغطية أكثر محلية أو أكثر تخصصًا. قد يُستخدم أيضًا للسعي وراء ما كان الكثير من صحفيي الإعلام التقليدي يزعمون أنه غاية مساعي الإعلام الإخباري ألا وهو التحقيق والاستقصاء. عندما تستثمر الصحافة الشبكية في التعمق في البحث والتنقيب يمكنها الارتقاء بتلك العملية من خلال مشاركة النتائج بدلًا من اتباع غرائزها السابقة التي كانت تسعى إلى حماية النتائج. حين نشرت صحيفة الجارديان البريطانية سلسلة من الأخبار الحصرية حول علاقة

حكومة المملكة المتحدة بحكومة السعودية بشأن صفقة أسلحة بي إي إيه، قررت أن تضع البيانات الهائلة التي حصلت عليها على الإنترنت، ولم يقتصر وظيفة الموقع الذي يعرض ملفات بي إي إيه[8] الذي أنشأته الصحيفة على عرض مقالاتها المنشورة كافة وبعض المقالات الأساسية عن الموضوع على الإنترنت، وإنما يضم الموقع أيضًا مخططات بيانية تفاعلية رائعة تتيح لك متابعة هذه القصة الشديدة التعقيد، وكان يحتوي كذلك مقاطع فيديو رائعة لمقابلات مع المشاركين الرئيسيين. لكن ربما أهم ما في الموقع أنه يعرض أيضًا كمية هائلة من الروابط والمستندات الأساسية على الإنترنت التي سوف تساعد صحفيين آخرين على المزيد من التعقب لهذه القصة على المستوى الدولي. ولديه إمكانية إصلاح مجمل طريقة عمل التحقيقات الصحفية. كما يقول المراسل الذي قاد التحقيق ديفيد لي، هذا أمرٌ مهمٌّ؛ لأن الأخبار أصبحت عالمية الآن:

> نحن نسعى إلى أن نشق طريقنا نحو نوع جديد من الصحافة. يقول الجميع إن الإنترنت صار عالمًا جديدًا مع صحافة المواطن؛ حيث يوجد جمهور عالميٌّ يدلي كلٌّ منهم بدَلْوِهِ الخاص، ونحن حاولنا أن نمارس الصحافة بهذه الطريقة ونقول «هذه نوعية جديدة من الصحافة وسوف نعرض كل شيء أمام الجميع.» المشكلة هي أن كل المجرمين أصبحوا يعملون على مستوًى عالمي، وقوات الشرطة تتجه تدريجيًّا نحو العالمية، والآن الصحفيون عالميون بالمثل. من الضروري أن نلحق بالركب. (ديفيد لي، صحيفة الجارديان)[9]

فيما مضى كان من الممكن أن يكتب ديفيد لي كتابًا عن هذا التحقيق وكان سيمكث على أرفف المكتبات تكسوه الأتربة، إنما بدلًا من ذلك أنشأت الجارديان موقعًا مذهلًا من شأنه أن يجذب القرَّاء. ليس هناك بديل لمنح الصحفيين الاستقصائيين المزيد من الوقت والإيمان بقدرتهم على الإتيان بثمار من النبش في الأعماق والبحث على نطاق أوسع. على أن الإنترنت والتكنولوجيا الجديدة الأخرى بإمكانها المساعدة. يمكن لمواقع الويب التي تتمتع بإمكانية تعهيد الجماهير لتتبُّع ملفات بي إي إيه ممارسة ضغطها لمواصلة فتح القضية من خلال تشجيع صحفيين أو جماهير آخرين على تغذية غرف أخبارهم بمعلومات عن هذه القضية أو قضايا أخرى مشابهة للفساد العالمي.

(١-١) فكرة الويكي

دعونا نلقِ نظرة أعمق على مثال شهير حول الكيفية التي حاول الناس بها استخدام إحدى وسائل الإعلام الجديدة لإعادة استحداث صحافة. من الواضح أن مواقع الويكي تختلف كثيرًا عن «الإعلام القديم» أو التغطية الصحفية التقليدية؛ فهي تقدِّم تسهيلات للتواصل تختلف من حيث الجودة والحجم عن الإعلام الخطي. لكن كما سنرى، تسفر التكنولوجيات الحديثة لدى تطبيقها عن مشكلات تمامًا مثلما تخلق فرصًا.

تتجسد فكرة الويكي أشهر ما تتجسد في الموسوعة الموجودة على الإنترنت التي تحمل الاسم نفسه،[10] وفكرتها هي التوصل إلى توافق في الرأي عن طريق التفاعل المفتوح. في المعتاد كانت الموسوعات التقليدية تكلف أحد الخبراء بكتابة المدخلات، بنفس الطريقة التي بها يُتوقع من صحفي في الإعلام القديم أن يعد تقريرًا عن حدث ما أو حقيقة ما. هكذا يصبح لديك نسخة واحدة — رسمية عادةً — من الواقع. تنتفع مواقع الويكي من برنامج يسمح بإنشاء نسخة من الواقع يعدها مجموعة من الأفراد. يعني هذا عمليًّا أن ويكيبيديا غير مستقرة لأنه يتم الإضافة إليها ومراجعتها على الدوام. لكن بما أن عددًا كافيًا من الأشخاص يتولى المراجعة والتعديل، فإنها أقرب ما يكون إلى نسخة مفصلة أُعدت بإجماع الأشخاص. وأي شخص ينشر رأيًا متطرفًا أو بندًا غير دقيق يخاطر بأن يتم حذف رأيه أو بنده. وقد أشارت التجارب عمومًا وبمرور الوقت إلى أن ويكيبيديا لا تقل دقة عن الموسوعة البريطانية.[11] فكلاهما يقع في أخطاء، لكن ويكيبيديا على الأقل تتمتع بإمكانية تصحيح الأخطاء سريعًا. لكن في المقابل تمنحنا ويكيبيديا هذا المصدر الرائع الموجود على الإنترنت مجانًا الذي يضع كمًّا هائلًا من المعلومات في المجال العام بشكل يسهل الوصول إليه. دائمًا ما أتعامل مع معلومات ويكيبيديا بحذر، لكنني شديد الامتنان لوجودها.

هل يمكن أن ينفع هذا مع الصحافة؟ حسنًا، كانت هناك محاولة بالفعل أسفرت عن نتيجة واحدة سيئة على الأقل. في يونيو ٢٠٠٥ سمحت صحيفة ذا لوس أنجلوس تايمز في واقعة شهيرة لقرَّائها بالتدخل، على غرار فكرة مواقع الويكي، في كتابة افتتاحية عن حرب العراق. وهكذا وصف دان جليستر، المراسل في قطاع التكنولوجيا، ما حدث بعدها:

> بحلول الصباح الباكر، كان القرَّاء يكتبون بنبرة أكثر حدَّة من النبرة المتوازنة المهذبة التي كُتبت بها الافتتاحية الأصلية تتضمن عبارات مثل: «ينبغي توجيه

> الاتهامات لحكومة بوش ومحاكمتها على الملأ على جرائم الحرب والجرائم ضد الإنسانية التي ارتكبتها.» وبحلول التاسعة صباحًا، كان أحد القرَّاء قد محا الافتتاحية واستبدل أخرى بها، والغريب أن النسخة الجديدة كانت تردد موقف الافتتاحية الأصلي، وفي منتصف الصباح، حلَّ محل النسخة الأخيرة عبارة أكثر اختصارًا: «تبًّا للولايات المتحدة الأمريكية»، وبحلول منتصف النهار بدأ مؤسس الويكيبيديا المشاركة في الحدث؛ حيث «قسَّم» الافتتاحية إلى جزأين، يمثِّلان رأيين متضادين. كتب جيمبو ويلز ناصحًا الصحيفة حول تجربتها: «أقترح أن تكون هذه الصفحة بديلًا لما ستضطر الصحيفة حتمًا إلى فعله ألا وهو تنقيح ممتد للمقال الأصلي لجعله محايدًا … الأمر الذي قد يكون مناسبًا على موقع ويكيبيديا، لكنه لا يصلح لافتتاحية». وفي تمام الرابعة صباحًا تلقَّى مدير تحرير الصحيفة مكالمة من المكتب؛ فقد وُضعت صور فاضحة تُعرف باسم «الصور الصادمة» على صفحة الافتتاحية القابلة للتنقيح؛ وعليه أُنهيت التجربة. (دان جليستر، صحيفة الجارديان)[12]

هناك أيضًا موقع ويكينيوز[13] الذي يحاول تطبيق فكرة ويكيبيديا في الصحافة، وحتى وقت كتابة هذا الكتاب، كان هذا الموقع واحدًا من أكثر المواقع الإخبارية التي رأيتها مللًا وأقلها ارتباطًا بأرض الواقع وأفقرها بالمعلومات المفيدة. لم يظهر خبر واحد جديد في القسم الخاص بأفريقيا لمدة تجاوزت الأسبوع. تبدو هذه المواقع في غاية النفع عندما يكون هناك خبرٌ مهمٌّ للغاية مثل إعصار كاترينا الذي يولد مصادر معلومات مختلفة بما يكفي لجعل صفحة الويكي شيقة، ومع ذلك يتراءى لي أن كلًّا من ويكينيوز وتجربة لوس أنجلوس تايمز قد أساءتا فهم الكيفية التي يعمل بها التشبيك مع الصحافة، فتجربة لوس أنجلوس تايمز وقعت في خطأ الاعتقاد بأن الاستعانة بحكمة القارئ هي ممارسة لا تتم إلا مرة واحدة فقط، وقد ظنت أيضًا أن الصحيفة ينبغي أن تتخلى عن زمام السيطرة. وقطعًا سوف يصير كلٌّ من المؤسسة الإخبارية والقرَّاء أنفسهم أكثر مهارة مع الوقت، لكن ما مبرر محاولة كتابة افتتاحية رأي مكونة من جمع من الأصوات المختلفة؟ في هذا المثال، لم تسهم فكرة الويكي في حد ذاتها في التغطية أو التحليل الصحفيين. في الصحافة الشبكية لا يهم إذا كان من نفذ الوظائف الصحفية الأساسية من تغطية صحفية وتحليل وتعليق هو الصحفي «الهاوي» أم الصحفي «المهني»، لكن

يتعيَّن تنفيذ وظيفة أو اثنتين منها. كانت تجربة لوس أنجلوس تايمز مناسبة تمامًا كعمل فني أو غرفة دردشة على الإنترنت لكنها لم تكن صحافة شبكية ناجحة.

بمقدوري تخيُّل أن فكرة الويكي يمكن أن تنجح تمامًا كمحاولة لإنشاء نسخة من منظور المجتمع لحدث ما. في حالة حادث إطلاق النار بجامعة فيرجينيا للتكنولوجيا (انظر شكل ٥-١) ثمة بعض الأدلة على أن هذا حدث بطريقة تلقائية إلى حد ما.[14] من خلال فهم مجتمع جامعة فيرجينيا للتكنولوجيا بأكمله ربما يمكن تكوين صورة أكثر اكتمالًا عما حدث فيما يتعلق بتجربة كل شخص في الجامعة مع أحداث هذا اليوم، وكما كتب دان جيلمور في أعقاب الحادث:

> اعتدنا أن نقول إن الصحفيين يكتبون المسودة الأولى من التاريخ. لم تَعُدْ هذه المقولة تعكس الواقع بعد الآن؛ إذ يكتب الأشخاص الذين في قلب هذه الأحداث المسودة الأولى. لا يُعَدُّ هذا تغييرًا مثيرًا للقلق، شريطة أن نحتفظ بقدر صحي من التشكك وأن نجد مصادر موثوقًا بها. سوف نحتاج إلى تطوير محو الأمية الإعلامية لتناسب العصر الجديد أيضًا. (دان جيلمور)[15]



شكل ٥-١: جامعة فيرجينيا للتكنولوجيا — وسائل الإعلام التقليدية تعلن عن حضورها بقوة في حين أن الحدث الفعلي كان يُروى على الإنترنت. تصوير تشيب سوموديفيلا، حقوق النشر محفوظة لموقع جيتي إيمدجز.

كان من الممكن أن تطلعنا صفحة ويكي على نهج تحليلي للحادث يجتمع فيه طلاب جامعة فيرجينيا والمسئولون وطاقم التدريس ليقدموا فهمهم الجماعي لسبب حادثة القتل وغيرها من القضايا المرتبطة بها مثل ضوابط حيازة الأسلحة، وأخيرًا، فبالتأكيد

لو كان هناك صفحة ويكي لتغطية أحداث جامعة فيرجينيا لكانت قطعًا ستوفر منصة يقدِّم من خلالها المتضررون أوصافًا للأحداث تمس شغاف القلب وذات صلة بأرض الواقع. غير أن هذا كان من الممكن أن يشكل محتوًى صحفيًّا لو أنه كان قد مرَّ بنوع من أنواع مراحل أو وظائف الصحافة الشبكية. كما يقول الأستاذ الجامعي بول برادشو في صفحة الويكي الخاصة به عن مواقع الويكي:

> على غرار المدوَّنات، لن تنتعش مواقع الويكي إلا إذا أُولِيَت الكثير من الوقت والاهتمام مثل الذي يُمنح لتحرير المقالات. ويمكن التعامل مع نواحي الضعف المعروفة مثل التخريب وعدم الدقة إذا تم تكليف طاقم تحريري على دراية بالويب بمراقبة وإدارة موقع الويكي، للحيلولة دون وقوع مشكلات قانونية، ولجذب قائمة من المساهمين البارزين، وبناء مجتمعات حقيقية على الإنترنت. (بول برادشو، جامعة بيرمنجهام سيتي)[16]

ينبغي تطبيق هذا على الصحافة الشبكية كلها. يمكن أن يقدِّم الإعلام الجديد طرقًا مختصرة وموارد جديدة، لكن لا توجد طريقة سحرية للاستعاضة عن الاستثمار في المهارات التحريرية. أعتقد أن مواقع الويكي غير متقنة وتتطلب الكثير من الرقابة كي تعمل بكفاءة كناقلات للتغطية الإخبارية أو النشر الفعَّالين. عندما يكون الحدث متعلقًا بالأحداث الجارية (ويكينيوز) مقابل أن يكون متعلقًا بالأحداث التاريخية (ويكيبيديا)، تصبح فكرة الويكي أقل نفعًا كصحافة. لكن هناك تنسيقات أخرى للإعلام الجديد بخلاف مواقع الويكي التي قد تقدِّم المزيد للصحافة.

(١-٢) مهارات التنوع التحريري

من الواضح أنه إلى جانب نواحي نقاط القوى التحريرية التقليدية، فسيقتضي الأمر توافر مجموعة كاملة جديدة من المهارات للانتفاع من هذه الممارسات الجديدة. وإليكم اقتراح أحد خبراء الإعلام الجديد لقائمة من المهارات الجديدة التي من المنتظر من الجيل التالي من الصحفيين أن يتمتعوا بها ويظهروها في مقابلة العمل:

> من جهتي سأبحث عن واحد من ثلاثة: تعدد الوسائط الإعلامية والتفاعلية والبيانات.

- هل بمقدورك برمجة إحدى مراحل برنامج فلاش لإعداد شرائح صوتية مقسمة؟
- هل بمقدورك استخدام مقاطع صوتية وصور ومقاطع فيديو في عرض جذاب متعدد للوسائط الإعلامية؟
- هل يمكنك إدارة مجتمع من المستخدمين؟
- هل تستطيع الإشراف على التعليقات والمنتديات، والأخبار والصور ومقاطع الفيديو التي يُعدُّها القرَّاء؟
- هل بمقدورك إنشاء موقع مزج بيانات خرائط يزود نفسه ببيانات مأخوذة من السجلات العامَّة؟
- هل يمكنك تصميم رسومات بيانية تفاعلية باستخدام برنامج فلاش؟

> إذا جاءت الإجابة على أي سؤال من هذه الأسئلة بالإيجاب، فوضعك مبشر، لكن مجرد معرفة أنه ينبغي أن تكون قادرًا على الإجابة بنعم على بعض من هذه الأسئلة يمكن أن يمنحك وظيفةً هذه الأيام. (رايان شولين، موقع إنفيزيبل إنكلينجز)[17]

يملك شولين من الخبرة الصحفية ما يؤهله للإقرار بأنه ما من أحد سوف يملك كل هذه المهارات، وهو يؤكد على أن القدرة الأساسية ستظل هي القدرة على السرد. على أنه محقٌّ في وصف ذلك بأنه طريقة تفكير بقدر ما هو مجموعة مهارات. سيتعيَّن على كليات ومؤسسات الصحافة إعداد أفرادها للتعامل مع حقل العمل الجديد هذا.

ينبغي أن يتمخض هذا عن نوع من الصحافة تضرب أكثر بجذورها في تجربة العرض الفعلي لزمرة واسعة من الآراء، ولا يعني هذا أنه يتعيَّن على الصحفي التنازل عن الملكات النقدية أمام «حكمة الجموع».[18] واحدة من المؤهلات الأساسية التي سوف يحتاجها الصحفي بمجال الصحافة الشبكية، والتي تشبه تلك التي يتمتع بها المتخصص في العلوم الاجتماعية، هي مهارة تحليل البيانات الْمُجمعة. على أن هذه المهارة ستقتضي أيضًا التمتع بالقدرة على الحكم التحريري للتمييز بين الآراء الرائجة ليس إلا، والآراء المتبصرة التي تتسم بالفِطْنة الحَقَّة. لطالما كانت الصحافة الجيدة تسير في هذا الإطار؛ فكثيرًا ما كانت الصحافة التقليدية تتصرف في الماضي بِناءً على مبدأ القاسم المشترك الأدنى دون حتى أن تكلف نفسها عناء التحقق من معناه. في المستقبل، فيما ستكون الصحافة

السهلة أيسر توافرًا، سيُولى الاهتمام بالصحافة التي تضيف قيمةً أو تُمَيِّز نفسَها عن المعلومات الأساسية، وكما هو الحال مع أشكال الصحافة الجيدة كافة فإن القدرة على النظر في الاتجاه المعاكس للاتجاه الذي يسير فيه القطيع سيكون لها قيمة خاصة.[19]

واحدة من المهارات الأساسية هي القدرة على التكيُّف وتفتُّح الذهن؛ فالأمور لن تثبت على حال واحد؛ ففيما تكافح الصحافة للتكيف مع الفرص التي تتيحها التكنولوجيات الجديدة، يسعى الحالمون إلى إدراك طريقة جديدة للتواصل لتحل محل المنطق الشديد الثنائية الحالي للإنترنت. يحقق الإنترنت نجاحًا كبيرًا في الوقت الحالي لأن بمقدوره أن يعالج على نحو دقيق الكثير من البيانات بسرعة كبيرة؛ فهو يمحِّص ويربط لكنه لا يفكر بفطنة فيما تحاول البحث عنه. عندما نتواصل بعضنا مع بعض على شبكة الإنترنت، فإننا نفعل هذا على نحو يشبه المكالمات التليفونية. ماذا لو كانت هناك بنية أساسية عامَّة جديدة من شأنها أن تستنبط البحث أو تستهلَّ حوارًا نيابة عنك؟ وماذا لو استفاد الصحفيون من هذه البنية؟[20] تخيَّل شكلًا من أشكال البحث الصحفي يستطيع التواصل على نحو تفاعلي بطريقة ذكية مع الجمهور، وتخيَّل لو أنه كان بمقدورك أن تسألهم عن تجاربهم في قضيةٍ ما وعن ردود أفعالهم لتكوين صورة معقدة عن الرأي العام. سيكون الأمر أشبه بأن يكون لديك مليون مراسل يطرحون أسئلة، فيما تتغير التكنولوجيا على جناح السرعة، يكمن الخطر في ألا نملك جميعنا المعرفة والمهارات لفهم كيفية استخدامها؛ لهذا نحتاج إلى المزيد من محو الأمية الإعلامية.

(٢) محو الأمية الإعلامية

> هي القدرة على الوصول إلى وسائل الاتصالات وفهمها وخلقها في سياقات متنوعة. (أوفكوم، هيئة تنظيم الاتصالات البريطانية)[21]

إن ذلك التعريف البدائي للغاية لمحو الأمية الإعلامية ما هو إلا نقطة بداية للأشخاص الذين ينظمون عملية البث في بريطانيا، وهم بالفعل الأشخاص الذين يظن كثيرون أنهم سوف يشتركون في تنظيم الإنترنت أيضًا، وهم يوسِّعون التعريف أنفسهم ليشمل هذا الوصف:

> يشبه محو الأمية الإعلامية محو الأمية التقليدية؛ أي تعليم قراءة نص وكتابته. محو الأمية الإعلامية هو القدرة على «قراءة» و«كتابة» المعلومات الصوتية

> المرئية بدلًا من المعلومات النصية. إن محو الأمية الإعلامية في أبسط مستوياته يعني القدرة على استخدام مجموعة من الوسائل الإعلامية وفهم المعلومات المتحصَّلة. وعند مستوًى أكثر تطورًا ينتقل من إدراك المعلومات واستيعابها إلى مهارات التفكير النقدي الأسمى مثل طرح الأسئلة والتحليل وتقييم المعلومات. وأحيانًا ما يُشار إلى هذا الجانب من محو الأمية الإعلامية على أنه «النظرة النقدية» أو «التحليل النقدي».[22]

وبالنسبة للصحفيين في مجال الصحافة الشبكية فلا بد من أن يكون التعريف أوسع من ذلك أيضًا، وهذا هو السبب: تحتاج الصحافة إلى المزيد من الإبداعية التحريرية كما شرحنا أعلاه. كثير من هذا سوف يحدث عن طريق المبادرة وتطبيق الأفكار الملهمة، اللذين لطالما تمخَّضا عن صحافة جيدة. وهذه هي المعادلة السحرية: منافسة بالإضافة إلى خيال بالإضافة إلى استثمار تساوي إعلامًا خارقًا. لقد استثمرت بالفعل صناعة الإعلام العالمية استثمارًا هائلًا في الإعلام الجديد، وهي تحتاج إلى أن تفعل شيئًا مماثلًا من جديد مع الصحافة الشبكية. أتمنى أن يرى أصحاب المنفعة وحاملو الأسهم قيمة الاستثمار في هذه العملية. إنها تقدُّمٌ منطقي للمرحلة الأولى من الانتقال إلى شبكة الإنترنت (انظر الفصل الأول). نستطيع أن نرى أن العامَّة بالفعل على استعداد لاستثمار جهودهم في الصحافة الشبكية. لقد أنتج المواطنون كمًّا هائلًا من الصحافة دون مقابل مادي تقريبًا. سوف يستمر هذا. لكن كي ندعم هذا هناك حاجة إلى حدوث تغيير أعمق في الطريقة التي يدعم بها المجتمع ككل الصحافة الشبكية. وأفضل صور هذا الدعم هو الاستثمار في محو الأمية الإعلامية، وهي قضية أوسع من مجرد فهم آلية عمل الإعلام؛ إذ ينبغي أن يشمل ذلك الجميع ولا يقتصر على طلبة الإعلام أو صحفيي الإعلام التقليدي. ولمحو الأمية الإعلامية آثار على التعليم العام وأيضًا على دراسات إعلامية أو تدريبات مهنية بعينها.

ينبغي إعادة تسمية دراسات الإعلام أو الصحافة لتصبح محو الأمية الإعلامي، وعلى كليات الصحافة إدراك أنها تُعدُّ المهنيين للإعلام القادم؛ فلم تعُد مهمتها قاصرة على تدريس ما هو معروف منذ عقود مضت. إنها مسألة تتعدى مجرد إنشاء صحيفة لكلية جامعية على الإنترنت. لا يزال من المفترض أن يتضمن التدريب الصحفي دورات تعليم الكتابة على سبيل المثال. لكن في عصر الاتصالات التي يغلب عليها الطابع غير الرسمي والحواري، ينبغي تعليم الصحفيين أن هناك أساليب أكثر من الصيغ التي

تتبعها الصحف أو حديث المذيع التلفزيوني، بما يتَّسمان به من غرابة في كثير من الأحيان. لا بد أن تكون ريادة الأعمال جزءًا من العملية؛ لأن كل صحفي سيتعيَّن عليه أن يكون أكثر «إبداعية في مجال العمل». يرجع هذا جزئيًّا إلى أن مسألة تحويل المحتوى إلى قيمة نقدية ستصير أكثر تعقيدًا؛ ففي ظل وجود جمهور أكثر تنوعًا أو تفتيتًا، فسيتعيَّن على المنتجين قضاء المزيد من الوقت في العثور على عملائهم أو الاتصال بهم. ستصير هذه عملية تحريرية بقدر ما ستكون عملية تجارية. ينبغي أن تعمل كليات الصحافة وإدارة الأعمال معًا على نحو أوثق فيما تصير المعلومات أكثر أهمية للاقتصاد وفيما تصبح اقتصاديات الإعلام نفسها أكثر تعقيدًا وأكثر ارتباطًا بصناعات أخرى.

سوف يتعَيَّن أن تدرَّس دورات محو الأمية الإعلامية عن الصحفيين المواطنين وكيفية العمل معهم، وسيتعَيَّن أيضًا تدريس مبادئ التنوع الصحفي وكيفية ممارسته. ويتطلب كثير من الأفكار المذكورة في الجزء السابق تدريبًا وإعدادًا، بعضها سوف يكون عمليًّا لكنه سيكون أيضًا أخلاقيًّا. في الماضي لطالما كان الصحفيون راغبين عن تقنين أعمالهم على نحو صارم، وهي غريزة منطقية في رأيي؛ لأن الصحافة تتعلق بما هو محدد وما هو صعب؛ فهي لا تنجح تحت عباءة اللوائح والخطوط الإرشادية اللازمة لعمل الأطباء أو المعلمين. ومع ذلك، ينبغي أن يكون هناك المزيد من النقاش والتأمُّل في صناعة الصحافة، وينبغي أن يكون هذا متاحًا كجزء من عملية تدريب على التنوع التحريري لكل الصحفيين، وليس فقط لكبار المديرين الذين يحضرون مؤتمرات دولية. كما يُفترض أن يتخذ شكل عملية نقد ذاتي، ولا بد أن يشمل دائمًا العامَّة بدلًا من الاقتصار على التجمعات الحصرية التي عادة ما تتسم بها جلسات التأمُّل الذاتي التي يجريها الإعلام، ولا ينبغي أن تنتهي بمجرد دخول طلبة الإعلام إلى غرف الأخبار. وفي ظل بيئة الإعلام المتغيرة سريعًا سوف يتعيَّن على الصحفيين أن يصيروا مثل المهندسين المعماريين والمحامين ويسعَوا للحصول على تدريبات منتظمة للنهوض بحياتهم المهنية. وينبغي أيضًا أن يعلِّموا الصحفي المواطن، فإذا كان المواطن ينوي أن يعمل صحفيًّا، عندئذٍ فمن المفيد أن يفهم المبادئ الأساسية للصحافة من دقة وشمولية ونزاهة وشفافية وقدرة على التشكك.

دأبتُ خلال هذا الكتاب على التأكيد على أنه من أجل الوصول إلى صحافة شبكية سوف يصبح الكثير من المهارات الأساسية للصحافة أكثر أهمية وليس العكس. لكن ستظهر حاجة إلى توجيه اهتمام تعليمي نحو إعداد الصحفيين الشبكيين نظرًا لوجود

ثلاثة فروق مثيرة للاهتمام على الأقل بين العمل الصحفي التقليدي والعمل على شبكة الإنترنت:

(١) المشاع الإبداعي.
(٢) حرية التعبير.
(٣) حيادية الإنترنت/حقوق الملكية.

(٢-١) المشاع الإبداعي

إن فكرة المشاع الإبداعي هي أيضًا حملة صحفية.[23] الفكرة هي أن حقوق النشر التقليدية على الإنترنت تمثل عائقًا أمام العبقرية الانتشارية التي تضفيها شبكة الإنترنت على الاتصالات. ينبغي أن يدعم الصحفيون العاملون في الصحافة الشبكية هذه الفكرة وأن يتلقَّوا تدريبات حول كيفية تحقيق أقصى استفادة من مبدأ المشاطرة. يسير هذا عكس توجه الصحفيين التقليديين الذين يعوِّلون على فكرة الحصرية، ومع ذلك، لا أرى ذلك عمليًّا على أنه مشكلة إلا فيما يخص حقوق الصور. سوف يتعيَّن على الصحفيين العاملين في الصحافة الشبكية أن يتقنوا التعامل مع الحصرية المقيدة الممزوجة بأقصى درجات الكشف. لا تشبه الصحافة معظم المجالات الإبداعية التي تحتاج إلى حماية ملكيتها الفكرية لتحقيق أقصى دخل. تحقق الصحافة المنفعة من خلال الاتصال بالمنصات الإعلامية المتعددة، وهو ما اكتشفته معظم المؤسسات الإخبارية عندما «فككتها» مواقع تجميع الأخبار مثل جوجل نيوز. يشير هذا إلى أن تلك المؤسسات الإخبارية التي تردد الحقائق ببساطة سوف تعاني. يقلل الجمهور من قيمة المعلومات الأساسية، لكنه يولي أهمية كبيرة للسرعة والدقة والشكل النهائي للمنتج.

بعض من وسائل الإعلام سوف تظل منفصلة عن الواقع. وكما ناقشنا في الفصل الأول، فإن بعضًا من المؤسسات الإعلامية سوف تظل تتقاضي مالًا من القرَّاء مقابل الاطلاع على محتواها. لكن حتى هذه الأقلية لا تزال ينبغي عليها السعي من أجل أن تكون شبكية؛ بمعنى أنها سوف تسعى لاستغلال قيمة مجتمع عملائها. ينبغي أن يتخطى هذا مجرد الاستطلاع التقليدي لرأي القرَّاء. تملك صحيفة ذا فايننشال تايمز على سبيل المثال ثروة مذهلة من المعرفة الاقتصادية بين قرَّائها الذين بمقدورهم تقديم آراء ثاقبة لا تقدَّر بثمن لصحفييها. من مصلحة جميع المنظمات الإعلامية أن توسِّع المدارك الإعلامية لعملائها؛ ومن ثم يمكنهم المشاركة في تلك العملية.

(٢-٢) حرية التعبير

حرية التعبير هي مبدأ آخر نسبه الإنترنت لنفسه ويمثل تحديًا للصحافة التقليدية. سيوجه جزء من التثقيف الإعلامي نحو تعلُّم كيفية التعامل مع الحقوق والواجبات التي تصاحب الفرص الأكبر في حرية التعبير التي توفرها التكنولوجيا الجديدة، وجد الصحفيون التقليديون أنفسهم في حالة من الذهول لدى الاقتراب من العامَّة والاتصال الشخصي بهم. كانت صحيفة الجارديان واحدة من أوائل الصحف التي تحمست للمدوَّنات عن طريق صحفييها. أنشأ موقعها كومنت إز فري منتدًى عالميًّا على الإنترنت حيث يقدِّم فريق عمل الصحيفة والمدوِّنون الزائرون وجبة يومية من الآراء. وربما يجذب الموقع بسبب آرائه الليبرالية التي لا تروق للقطاع الأكبر من الجمهور (حتى في المملكة المتحدة، الجارديان صحيفة ورقية كبيرة قليلة المبيعات) ردود أفعال قدح وذم يجدها الصحفيون وقحة وعديمة النفع. عبَّر رد فعل الصحفية السياسية المحنكة جاكي أشلي عن هذا:

> تلقيت عشرات الرسائل الإلكترونية التي لا تقول في الواقع شيئًا سوى: «أنتِ بقرة حمقاء، ما هذا الهراء الذي تكتبينه؟» حقًّا لا أستطيع أن أرى فائدة وراء إرسال إهانة لشخص ما بينما تختبئ تحت عباءة إخفاء الهوية. يشبه الأمر أن يفعل الكبار ما كان يفعله الصغار عندما كانوا يرسلون خطابات مجهولة الهوية إلى بعضهم بعضًا في الفصل المدرسي تقول: «أنت سمين» أو «أنت غير محبوب». ما سأقوله دفاعًا عن كتَّاب الأعمدة المهنيين هو أن معظمنا لديه سنوات من الخبرة في تغطية موضوعات في السياسة أو السياسات الاجتماعية أو الشئون الدولية على سبيل المثال … دائمًا ما سيكون هناك من يعرف معلومات عن الموضوع تزيد كثيرًا عما يعرفه كاتب عمود، وبالمثل دائمًا ما سيكون هناك أولئك الذين يظنون أنهم يعرفون المزيد. يسرني أن أسمع من كليهما طالما يديران مناقشات مناسبة ولا ينعتانني بالبقرة الحمقاء. (جاكي أشلي، صحيفة الجارديان)[24]

حتى أولئك الصحفيون الذين يديرون هذه النوعية من المنتديات تصيبهم خيبة الأمل:

> ثمة شعور بأن التدوين يوفر لك مدخلًا لم يكن متاحًا في الماضي، لكن البعض منا تصيبه خيبة الأمل في عالم المدوَّنات؛ إذ قد تولِّد شعورًا بالانقسام ما بين «نحن» و«هم». يشعر عدد من المدوِّنين أن وظيفتهم هي إخضاع الإعلام التقليدي للمساءلة أو محاولة تقويض سلطتنا. وهو هدف ذو قيمة لأن ثمة الكثير من الغطرسة في الصحافة. لكننا كنا نأمل أن يهتموا أكثر بتقديم آراء ثاقبة لنا في موضوعات لا نعرف عنها ما يكفي. (روس تايلور، جارديان أنليميتد)[25]

هذه معضلة عامَّة دفعت أشخاصًا مثل رائد الإنترنت تيم أوريلي إلى أن يسعى إلى صياغة مجموعة من قواعد السلوك؛ فإذا بالرجل الذي ابتكر مصطلح الويب ٢٫٠ يحاول الآن صياغة آداب سلوك للمدوَّنات.[26] بالتأكيد يتمثل جزء من محو الأمية الإعلامية في تعلُّم كيفية ضبط النفس في حوار ما دون اللجوء إلى الأكاذيب وتراشق الإهانات. وبالنسبة للصحفي العامل بالصحافة الشبكية، فمحو الأمية الإعلامية هو مسألة توفير مساحة للآراء الصريحة دون استبعاد أطياف الآراء الأخرى. إن هذا الدور الرقابي والتلطيفي هو دور ينبغي أن يبرع فيه الصحفيون. لكن فعل ذلك على الإنترنت يتطلب قدرًا من التحكم من شأنه أن يحفظ حرية الاطلاع على المدوَّنات وحيويتها لكن يمنع الفوضى.

(٢-٣) حيادية الإنترنت

حيادية الإنترنت هي مفهوم مقتصر على الإنترنت بالفعل، وهو يقول إن الشبكة العنكبوتية العالمية قائمة في جوهرها على مبدأ المساواة؛ إذ لا ينبغي تقييد المعلومات المتبادلة على الإنترنت بأسعار أو نظام دخول. يتمثل جزء من محو الأمية الإعلامية في مجال الصحافة الشبكية في فهم قيمة وحدود هذا النموذج المثالي. تزدهر الاتصالية في المجال العام للإعلام الإخباري عندما تتوفر الظروف المثلى للاتصالات. وأي عائق ورسوم وإقصاء للمعلومات يحدث على مستوًى بدائي هو ضد التدفق الحر للمواد. من ناحية عملية، يشوَّه هذا السوق فيما يتعلق بالأفكار. ومن ناحية أخلاقية، فإن حرمان فئات معينة من الناس من نفس القدرة على الاستفادة من الإنترنت كالباقين هو إجراء سياسي سلبي. غير أنه يتعيَّن على الصحفيين والعامة فهم أن عالم الإنترنت ليس خاليًا من التدخل حتى في

الوقت الحالي، فهناك بالفعل تكاليف مختلفة للوصول إلى الإنترنت والنطاق العريض بالإضافة إلى مناطق أو مواقع معينة للوصول. ووظيفة البحث ليست حيادية، ويحدث الترابط بطرق مختلفة متنوعة الاتصالية. على سبيل المثال، إذا ربط أحدهم مدونتي بملقم أخبار آر إس إس، فإنه يرى تدويناتي، لكنه ربما لا يرى التعليقات. يتعلق محو الأمية الإعلامية بفهم كيفية تحقيق أقصى اتصالية بأقل تحيز، وحيثما توجد أوجه اختلال ينبغي توضيحها. يتعيَّن على الصحافة الشبكية أن تستخدم محو الأمية الإعلامية ومحو أمية الإنترنت للتعامل مع المخاطر التي تهدد حيادية الشبكة التي ينبغي أن تكون على الأقل هدف الأخبار على الإنترنت ما لم تكن حقيقتها المطلقة.

(٣) محو الأمية الإعلامية في التعليم

من الواضح أن الإنترنت والتكنولوجيات الرقمية الأخرى تجلب مجموعة كاملة جديدة من التعقيدات إلى طبيعة الصحافة وعملياتها. يحتاج كلٌّ من العامَّة والمهنيين إلى أن يُعَدُّوا إعدادًا أفضل. رأينا بالفعل الكيفية التي يتعيَّن على المنظمات الإعلامية أن تستجيب بها. هناك أيضًا حاجة إلى المزيد من التثقيف الإعلامي بصفة عامَّة. لا يمكن تحقيق هذا إلا على المدى الطويل من خلال التعليم. على وجه العموم، تسلم معظم الحكومات باحتياج المجتمعات الحديثة إلى مستويات أعلى من التعليم لمواكبة متطلبات اقتصاديات المعلومات. في رأيي أننا ما زلنا لا ننتبه إلى الدور الحيوي الذي يلعبه الإعلام الإخباري في لب هذه الأنظمة. على الرغم من النمو السريع في دراسات وسائل الإعلام المتخصصة وكليات الصحافة فإننا لا نقوم بما يكفي لتزويد النطاق الأعرض من السكان بالفهم والمهارات الأوسع التي يحتاجها العالم المتصل بالشبكات.

أوضحت خلال هذا الكتاب أن «الصحفي» يمكن أن يكون مواطنًا. البعض سيتفرغون للصحافة بالكامل في حين أن كثيرين لن يهجروا وظائفهم المنتظمة. لكن مع الصحافة الشبكية تعم الفائدة على الجميع من زيادة الثقافة الإعلامية لدى العامَّة حتى لو كان التفاعل هامشيًّا أو عارضًا. على التعليم العام أن يعطي أولوية لمحو الأمية الإعلامية؛ ومن ثم يُمنَح الأشخاص المعروفون قبلًا بالجماهير المهارات كي يفهموا هذا الإعلام الشبكي وكي يتمكنوا من استخدام مجموعة المنصات الإعلامية والهياكل والعمليات التي يقدِّمها. يتعلق هذا عند أحد المستويات بالمعرفة الإعلامية الأساسية. إن التكنولوجيات الإعلامية الجديدة القائمة على النص بصورة كبيرة تعَوِّل على تمتع

المستهلك بقدر جيد من الثقافة الإعلامية. أي شخص أخطأ في كتابة استفسار بحثي على الإنترنت يعرف هذا. لكن بخلاف هذه القدرات الأساسية، لدى الأفراد الحق في أن يُؤهَّلوا للمشاركة في الإعلام الإخباري، سواء من أجل أنفسهم أو من أجل مجتمعاتهم، أو للمشاركة في شبكات مع صحفيين. يتجاوز هذا مجرد وضع كمبيوترات شخصية في الحجرات الدراسية؛ إذ يعد تحولًا جادًّا من التركيز على دور دفاعي إلى التركيز على دور إيجابي. إنه نقلة من تدريس محو الأمية الإعلامية كمحاولة لفهم الإعلام إلى تدريسها كوسيلة للمشاركة في الإعلام الإخباري. هي أيضًا تحوُّل مما هو تحليلي إلى ما هو أخلاقي. ينبغي أن يتعلم العامَّة القيمة السياسية والاجتماعية للنشاط الإعلامي. ينبغي أن يكون هذا جزءًا من كل شيء بدءًا من دروس التربية المدنية في المدرسة ووصولًا إلى تدريبات النهوض بالحياة المهنية.

ثمة معضلة تاريخية فيما يتعلق بتحسين محو الأمية الإعلامية عن طريق التعليم؛ فالأشخاص الذين من المفترض أن يتولَّوْا عملية التدريس هم أنفسهم ينتمون إلى عالم ما قبل الويب ٢٫٠. هناك حاجة إلى إعادة نظر جذرية في تدريب المدرسين، ليس فقط في مجال الدراسات الإعلامية لكن في جميع مجالات التدريس المتعلقة بالاتصالات. ولا تقتصر الحاجة على المعرفة التقنية؛ فمن الضروري أن يفهم المدرسون أن الطريقة التي يتقن بها الأشخاص المزيد من المعرفة الإعلامية هي بالأكثر عملية استكشاف شخصي بوحي واسترشاد من المجتمعات المشاركة. وبعبارة أخرى يتقن الناس المعرفة الإعلامية بممارستها؛ فهم يبدءون باستخدام الإنترنت لطلب مشترياتهم، وينتهي بهم الحال بتنظيم لقاء للجيران؛ هم يبدءون برفع صور عطلتهم وينتهي بهم الحال وهم ينشرون تقارير مصورة لحفلة المدرسة؛ وعليه، يتعيَّن على التجربة التعليمية أن تُبنى على هذا النهج التطبيقي البديهي وليس على البنية التعليمية التقليدية القائمة على النظريات والمبادئ والقواعد.

واحدة من أكثر الهيئات التعليمية جرأة تقع في منطقة «سيليكون جلنس» في اسكتلندا. المستشار القومي لمستقبل التعليم والتكنولوجيا هو إيوان مكنتوش. أنشأ مكنتوش شبكة تجمع التربويين الرقميين في اسكتلندا لمشاركة أفضل التطبيقات وتشجيع الابتكار.[27] يصف مكنتوش الكثيرين من هؤلاء المنخرطين في التعليم بأنهم «أُمِّيُّو القرن الحادي والعشرين»، ويساوره القلق من أن المدارس قد تنفق الوقت للحيلولة دون وصول الطلاب إلى الإنترنت أكثر مما تسعى إلى تعزيز محو الأمية الرقمية، بل وقد دعت

بعض نقابات المعلمين إلى حظر مواقع مثل يوتيوب، ولا يكون هذا رد فعل مغالًى فيه فحسب، وإنما هو أيضًا فشل في تقدير أن التواصل الاجتماعي عبر الشبكة هو المفتاح إلى تحسين التثقيف الرقمي وليس من المشتتات.

ليس هذا هو المكان الملائم لعرض تفصيلي لمستقبل تعليم الثقافة الإعلامية، لكن بعض المبادئ ظهرت واضحة؛ فكما أن الجماهير سوف ينشئون في المستقبل المزيد من الصحافة الخاصة بهم، فإنه لا بد أن ينشئوا آليات محو الأمية الإعلامية الخاصة بهم. كما يقول مكنتوش، يتغير دور التربوي بحيث «لم يَعُدِ المعلم حكيمًا يعتلي المنبر وإنما مرشد يسير بجوار الطالب».[28] ليس هناك قواعد لكنه يُصِرُّ على أنه من الضروري أن يستخدم المعلمون نفس مجموعة وسائل الإعلام الرقمية التي يمكن للأشخاص الوصول إليها في حياتهم الشخصية:

- اسْتَخْدِمِ المدوَّنات؛ إذ يتعيَّن على المعلمين والطلبة التواصل مع الوسائل الإعلامية الرقمية عندما يكونون بصدد تعلُّم كيفية فهمها واستخدامها.
- اسْتَخْدِمِ الألعاب؛ فهي تمنح مهارات تقنية مهمة وطرقًا للتفكير بشكل رقمي.
- اسْتَخْدِمْ وسائط التواصل الاجتماعي عبر الشبكة؛ فهي تكوِّن شبكات يمكن الوصول إليها وتنشر التعليم.
- شارِكْ؛ إذ يتعيَّن على المعلمين أداء نفس المهام مثل التلاميذ لكي يفهموها.
- اقْبِلْ تدفق المعلومات؛ فأنت تدرس «كيفية عمل الأشياء» وليس «ماهية الأشياء».[29]

ليس بالضرورة أن تكون هذه الأفكار متعارضة مع طرق التدريس التقليدية. لكن في الغالب لا تزال هناك نظرة إلى محو الأمية الرقمية على أنها تخصص منفصل أو متدني الأولوية. في الواقع هي تكاد تتمتع بنفس أهمية محو أمية القراءة والكتابة، وينبغي أن تكون جزءًا من التعلم وتدعم الموارد التعليمية لكل شخص. بالفعل يُظهر الأشخاص قدرة رائعة لإنشاء أنماط الحياة الرقمية الخاصة بهم. لكن إن كان من المفترض أن يستفيد الجميع من المزايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الكاملة التي تجلبها بيئة الإعلام الجديد، عندئذٍ يجدر بنا أن ننشئ تعليمًا أكثر اتصالًا من أجل عالم متصل.

(٤) دور محو الأمية الإعلامية في مجال الحوكمة

يتطلب إنشاء مجتمع مثقف إعلاميًّا تعهُّدًا باستخدام الصحافة الشبكية في صميم الحكم الرشيد والتنمية الجيدة. لن يكون هذا بالأمر اليسير:

> من وجهة نظر سياساتية، لو كان من المفترض أن يزيد هذا وغيره من الأشكال الجديدة لعبور الحدود، فإنه سوف يتعيَّن على التمويل أن يتحول من دعم الصحافة التقليدية إلى تعزيز محو الأمية الإعلامية. بهذه الطريقة فقط تصبح الجماهير هي المتحكمة في أخبارها. قد لا يكون دعم السياسات لهذا قويًّا بالدرجة لأن الصحافة الشبكية تتعارض مع الحكومات، وعندما يتعارض الانفتاح مع أساليب التشغيل التقليدية، تضطرب الحكومات؛ فقلة فقط من الأنظمة السياسية هي التي تقوم على الحاجة إلى جماهير واسعة الاطلاع فضلًا عن أن تكون مترابطة. (الأستاذة الجامعية روبن مانسيل، في خطابها إلى الجمعية العامَّة للأمم المتحدة)[30]

كما تقول الأستاذة مانسيل، لا يتحمس الساسة عادة لتشجيع وجود إعلام إخباري أقوى. ثمة رغبة متزايدة لتعزيز «الديمقراطية الإلكترونية». وأعتقد أن هذا يرجع جزئيًّا إلى محاولة الساسة قطع الاتصال بين الإعلام والعامة. ومع ذلك، فعندما ننحي هذه النظرة السوداوية، يتبين حقًّا أنه يمكن تعزيز المجال العام بموارد التكنولوجيا الجديدة. لكن لا يمكن أن تُحَقِّق زيادة حقيقية في السياسة التي تقوم على المشاركة دون حكومة أكثر انفتاحًا، ما لم يكن أولئك الذين في السلطة على استعداد لإتاحة فرصة المشاركة في عملياتهم ونقل السلطة، فسيظل المواطن في موقع المتفرج على آلة الحكم. على سبيل المثال، ما الفائدة من السماح لقاطني مشروع سكني بإنشاء موقع على الويب إذا لم يكن هنا أدنى تأثير للآراء التي يعبِّرون عنها في هذا الموقع؟ تتيح المشاركة الحقيقية للقاطنين استخدام اتصالاتهم الرقمية لصنع اختياراتهم بشأن كيفية إنفاق ميزانية حقيقية. في تلك الحالة، يكون دور الإدارة هو التأكد من أن تلك الاختيارات تستند إلى معلومات دقيقة. يتعيَّن عليها أن تكون منفتحة بشأن المعلومات ذات الصلة وبشأن أطر السياسة. دور الساسة هو التصرف كمساندين للنقاش الرقمي، ودور الإعلام الإخباري أن يكون جزءًا من الحوار الشبكي. في ظل الصحافة الشبكية يصير قاطنو هذه المنطقة السكنية هم الصحفيين المواطنين الذين ينتجون إعلامًا مجتمعيًّا يغطي ويرصد ويناقش

ديمقراطيتهم الرقمية. ودور الصحفي الذي يعمل في مجال الصحافة الشبكية هو تمكين وتعزيز هذا الحوار وليس استبداله. كل هذا يحتاج إلى مجهود وإلى إرادة حقيقية لتثقيف المواطنين من أجل هذه الفرصة الشبكية. إن تجهيز الأدوات التكنولوجية مثل المدوَّنات ومقاطع الفيديو على الإنترنت والتجهيزات اللازمة لتفاعل ديمقراطي تشاوري هو الجزء اليسير. لكن التحدي الحقيقي يكمن في تعزيز الثقافة الإعلامية وعدم مقاومة التحول في البنيان السياسي. يظل الدور الصحفي مهمًّا في تمكين حدوث هذا.

إن أي شكل من أشكال المشروعات التشاركية يسعى إلى بناء تفاعلية ديمقراطية عن طريق الاتصالات الرقمية دون تناول دور الإعلام الإخباري (الشبكي) يفتقر إلى عنصر مهم في بناء المجال العام الجديد. السياسات التي تشجع التدفق الحر للمعلومات والتفاعل مع الجماهير هي سياسات تخلق بيئة يمكن أن تزدهر فيها الصحافة الشبكية. يمكن أن تكون الصحافة الشبكية جزءًا من خطاب عامٍّ مطوَّر من شأنه المساهمة في التصدي للتحديات المعقدة التي نواجهها. يتحدى هذا إطار العمل الكلاسيكي لإعلام يمرر الرسائل من الحكومة إلى المحكومين؛ وعليه من ناحية ما يمكن أن يسعى لمواجهة المعضلات المتأصلة في الجدل بين ليبمان وديوي حول «المجتمع المستنير».[31] كان هناك فيما مضى فريقان: أحدهما كان يرجح أن الجماهير يمكن أن تتخذ قرارات سياسية أفضل فقط لو توافرت لها المعلومات المناسبة، والآخر رأى أن السياسة في غاية التعقيد وأن هناك حدودًا لقدرة الجمهور العام على أن يضطلع بدور كبير في إدارة الأمور. بالمثل، يختلف الفريقان حول الإعلام، فأحدهما يشير إلى أنه لو كان الإعلام أكثر ذكاءً ومعقولية وتحملًا للمسئولية فحسب لكان لدينا جمهور أكثر ثقافة، والآخر يؤكد على الحدود المتأصلة لإعلام إخباري يغطي الأحداث الجارية بحتمياته التجارية وافتقاره الهيكلي للوقت اللازم للتأمُّل والتشاور والتفكير.

بدا الإنترنت والإعلام الجديد لبعض الناس أنهما يقدمان طريقًا لاختراق هذا الجدل. رأى بعض المنادين بفوائد الإنترنت أنه قد يمنح الناس القدرة للهيمنة على الإعلام والحكومة. ستنتقل أشكال السياسة كافة دون وسيط بفعل العالم الرقمي. لكن كما رأينا أيضًا فالتكنولوجيا الجديدة ليست ديمقراطية بطبيعتها. يمكن أن ييسر الإنترنت اتصالية أكبر، غير أنه يمكن أن يفضي أيضًا إلى المزيد من التفتيت. بمقدوره أن يتيح وصولًا أكبر إلى المعلومات التي يحتاجها المصوت لاتخاذ خيارات سياسية، لكن بمقدوره أيضًا تفتيت المجال العام وجعله حيز نقاش أقل تماسكًا. تقتضي الصحافة الشبكية

من محو الأمية الإعلامية أن تضطلع بدور مختلف من شأنه أن يطرح أملًا أكثر حذرًا وتقدميًّا في الوقت نفسه، وهي تتحاشى المغالطات الآلية التي يقع فيها نشطاء الديمقراطية الإلكترونية الذين يقعون فريسة لفكرة أنه برفع كل شيء على الإنترنت أو بإعطاء موقع إلكتروني لكل شخص فإنك بذا حتمًا سوف ترفع نسبة المشاركة السياسية. تقدِّم الصحافة الشبكية فوائد أكثر اعتدالًا وتعقيدًا لكنها أكثر أهمية غالبًا على المدى الطويل، ولا يمكن إدراكها إلا من خلال استثمار في محو الأمية الإعلامية يربط فهمًا أفضل للاتصالات بفهم عميق للسلطة.

(٤-١) الآليات السياسية للصحافة الشبكية

وصولًا لهذه المرحلة، يجدر بنا رؤية الصحافة الشبكية على أنها سياسية. لست متشبثًا بفكرة أن الصحافة الشبكية حتمًا لها تأثير سياسي بعينه، بل على العكس هي تتمحور في الأغلب حول ما يجنيه الأشخاص منها. لكنني أرى أن آلياتها تنطوي على زخمٍ يدفع نحو عالم أكثر اتصالًا وتفهمًا وأمنًا، ومن الطرق الأكثر أكاديمية لتناولها القول إن الصحافة الشبكية تقدِّم الفرصة لتجسيد المفهوم المعقد للإعلام «الكوني»:

> تجسِّد فكرة الكونية وتصورها المثالي تحديدًا هذا البعد الأخلاقي للعلاقة الوسيطة على أنها تمكين أو تقييد لنوع معين من الاتصال الانعكاسي مع أشخاص آخرين مختلفين عنا لكن يشاركوننا نفس العالم. استُخدم هنا مفهوم الكونية — ذلك المفهوم القديم الذي كان أول من احتفى به هم الفلاسفة الرواقيون — لإمعان النظر في الدور الأدائي للإعلام الغربي في تأسيس «حيزنا» العام كمقابل «لحيز الآخر» في اللحظة التي يدَّعون فيها أنهم يمثلونه ليس إلا. (الأستاذة الجامعية ليلي تشلوراكي، كلية لندن للاقتصاد)[32]

بعبارة أخرى، تتيح الصحافة الشبكية فرص «تقريب» المسافات بين الأشخاص حتى على مستوًى عالمي. وهي تفعل ذلك ليس فقط عن طريق تكنولوجيا الاتصالات، لكن أيضًا من خلال تغطية صحفية أكثر ارتباطًا بالسياق من شأنها أن تمنح صوتًا للأفراد، فببساطةٍ بدلًا من أن نقدم تقارير عن «الآخرين»، بإمكاننا تقديم تقارير «نتعاون فيها» مع الآخرين الذين تفصلهم عنا الحدود الجغرافية والطبقية والعوامل الاجتماعية

الأخرى. لا يعني هذا أن الجروح الناتجة عن الانقسامات قد التأمت، وإنما يعني إمكانية تجاوزها على الأقل:

> عندما يتعلق الأمر بتكوين صورة عن الآخرين البعيدين، غالبًا ما تخذلنا وسائل الإعلام التقليدية بشدة؛ إذ غالبًا ما تنزع عن هؤلاء الآخرين إنسانيتهم؛ فهي إما أن تستبعدهم من المشهد تمامًا حتى لا نرى جانبهم الإنساني، وإما أن تقربهم بشدة منا لدرجة أننا نعجِز عن رؤية اختلافهم عنا. على أنه يتعيَّن إدراك الآخرين البعيدين كأفراد آدميين. غالبًا ما تكون وسائل الإعلام التقليدية غير متناسقة ومختلة ومَعِيبَة في هذا الصدد. تقدِّم الصحافة الشبكية ما يدعو إلى التفاؤل حيال إمكانية تحول المجال العام إلى حيز عادل أكثر ترحابًا ومراعاةً واتساعًا للجميع. (الأستاذة الجامعية روبن مانسيل، في خطابها إلى الجمعية العامَّة للأمم المتحدة)[33]

كما ذكرت الأستاذة الجامعية مانسيل بحقٍّ في خطابها للأمم المتحدة، فأيُّ تكنولوجيا للإعلام الجديد هي عملة ذات وجهين؛ فيمكنها أن تطرح فرصًا سلبية تمامًا مثل الفرص الإيجابية. على أن الصحافة الشبكية على الأقل تُفضي إلى صنع قرارات لا مركزية وهياكل متكافئة وتنوع أكبر له تأثير على ممارسة الإعلام، وهي تضع الإنسانية في صميم عملية نقل الأخبار. يقترن بهذا تكالب الطلب على الإعلام، وسيُنتظر منه أن يلعب دورًا أكبر في التفاعلات الاجتماعية، وفيما يصبح جزءًا أكبر من حياة الأفراد، وسوف يكتسب المزيد من القوة، ومع هذه القوة تأتي المسئولية. «المسئولية» هي لفظة أحجمتُ عن استخدامها بصفة عامَّة في هذا الكتاب لأنني أرى أن هناك مبررات وجيهة تدعم الصحافة الشبكية بعيدًا عن أي مناشدات أو وصايا أخلاقية. لكن الآن حان الوقت للنظر بعين الاعتبار إلى المبادئ الأخلاقية.

في الماضي نزع الصحفيون إلى اعتبار السياسة التي تحكم عملهم وسيطًا لتجسيد السياسة خارج مجال الإعلام. نزع صحفيون متحزبون أمثال جون بيلجر[34] أو بي جاي أورورك[35] إلى الانكباب على صفحاتهم باعتبارها شكلًا من أشكال الإقناع أو الكشف التي تخدم أهدافًا سياسية. هذا بُعد من الأبعاد المستحبة للإعلام التقليدي التي تضيف ثراءً أيديولوجيًّا إلى تدفق التغطية الإخبارية. على أنه لا يغير في حد ذاته العلاقة بين المستهلك أو الفردِ موضوعِ الخبر والوسيط الناقل للأخبار. الصحافة الشبكية تستطيع

أن تفعل ذلك؛ فعلى خلاف النسخ السابقة من «صحافة الارتباط»[36] أو «الصحافة الملتزمة بقضية»، لا تُسلِم الصحافة الشبكية البوصلة الأخلاقية إلى الصحفي وحده، لكنها تطلب من الصحفي مراعاة السياق الأخلاقي لما يفعله والطريقة التي يفعله بها. هذه ليست مناشدة إلى البحث في أعماق النفس عن الفضيلة الأدبية أو التضحية بالذات أو الإيثارية، وإنما هي بالأحرى إصرار على أن سياسة الاتصال ينبغي أن توجه الصياغة الصحفية لأي حدث أو قضية. تقدِّم هذه العملية تغييرًا دقيقًا في طبيعة الصحافة من كونها في الأساس تمثيلًا لمشهد إلى عملية اتصالية. لطالما كانت الصحافة الجيدة تسعى لأن تكون أكثر من مجرد «عيون اصطناعية» على الحدث؛ إذ تحاول تفسيره والتعاطف مع بعض جوانبه. لكن أيجدر بها أن تتجه نحو مناصرة «أيادي عون اصطناعية» أو حتى تقديمها؟ تمتلك الصحافة الشبكية القدرة على عرض مشكلات الإنسان بطريقة من شأنها أن توفر فرصًا تتجاوز التغطية الصحفية والتحليل. تؤكد الصحافة الشبكية على التعاطف وتلمِّح ضمنيًّا إلى ضرورة اتخاذ إجراءات سياسية، لكنها تفعل ذلك منذ نقطة الانطلاق لا كنتيجة فرعية للتغطية الصحفية. بإدخال المستهلك أو شريك الإنتاج في أثناء العملية نفسها بدلًا من إشراكه عند نهايتها، فإنك تُشرك المشاهد في عملية الاتصال، وبتمكين موضوع الخبر من أن يكون جزءًا من العملية عن طريق التفاعلية ومحو الأمية الإعلامية فإنك بالمثل تشركه في عملية الاتصال. في رأيي هذه أفضل إمكانية أدبية تتمتع بها الصحافة. مع الصحافة الشبكية تلك فالنتيجة الأخلاقية هي نتاج طريقة عملها، وما زاد على ذلك هو ممارسات سياسية محضة.

(٥) خاتمة

هكذا يمكن أن ينقذ الإعلام الخارق العالم. صحيح أنه لا يحلُّ مشكلة مثل مشكلة التغير المناخي، لكنه سوف يتناول القضية بطريقة تقدِّم تفاهمًا شبكيًّا وتتيح إشراك العامَّة. صحيح أن العامَّة يحتاجون إلى الفهم لكنهم يحتاجون أيضًا إلى أن يكونوا مشاركين في العملية. إن كان من المزمع أن يتعامل العالم مع الاحترار العالمي، إذن فلن توجد الحلول إلا عن طريق إجماع دولي وعبر تسليم عامٍّ بوجوب تغير أنماط حياة الفرد. وبعيدًا عن حلول التكنولوجيا السحرية، فإننا سنحتاج كمواطنين إلى امتلاك المزيد من المعرفة والقدرة كي نتمكن من تقليل انبعاثات الكربون. فلكي تنجح أي سياسة، لا بد أن تشرك الأفراد كي نعمل بطريقة متسقة. على سبيل المثال، سوف يتوجب تحفيز الأفراد عبر

التعاطف مع أولئك المتضررين من عواقب الاحترار العالمي. يتعيَّن أيضًا تمكينهم للتأثير على أولئك الذين تتوافر لهم سبل وإمكانيات تغيير السياسة. لست أشير إلى أنه يتعيَّن على الإعلام الإخباري التصرف كآلة دعائية للحركات البيئية، بل على العكس يشير سجل مناصري حماية البيئة في استغلال الإعلام في الماضي إلى أننا ينبغي أن نرتاب في مزاعمهم مثلما نرتاب في مزاعم أصحاب الأعمال أو الحكومات. على أن الإعلام الشبكي يوفر للعامة فرصة لأن يكونوا أكثر من مجرد مطلعين على القضية؛ فزيادة الحوار بين الجماهير والسلطة يمكنه أن ييسر التغيير، وفي النهاية، المسألة مسألة تحويل محو الأمية الإعلامية إلى محو الأمية السياسية. هذا ما قصده الأستاذ الجامعي روجر سيلفرستون بفكرته عن «ميديابوليس» (المدينة الإعلامية).[37] ميديابوليس ليست مكانًا أو مشروعًا مثاليين وإنما هي محاولة في غاية الواقعية لفهم الصحافة وممارستها. هي تؤكد على إمكانية الإعلام كجزء من التغيير. كي تستطيع الصحافة الشبكية أن تفعل هذا لا بد أن تقوي العلاقات الافتراضية أو الرقمية. يمكنها أن تتيح لنا:

> فهم فكرة الاتصالية في عصر مترابط شبكيًّا على نحو متزايد، وماهية العواقب الأدبية والأخلاقية لهذا البعد الخاص، والجوهري رغم ذلك، لدور الوسيط. (الأستاذ الجامعي روجر سيلفرستون)[38]

إن محو الأمية الإعلامية بالمعنى الأعمق الذي حاولت عرضه هنا يتعلق بالمساعدة في بناء هذه الاتصالية. لهذا أكرر أن الصحافة الشبكية لن تظهر دون فهم حقيقي لآثارها وإمكانياتها. هي ليست مجرد وصف آخر للإعلام الجديد؛ وسوف تحتاج استثمارًا وخيالًا وابتكارًا.

في الوقت الحالي لا تزال الصحافة الشبكية مفهومًا جديدًا؛ مما قد يعلل الحاجة الملحة إلى المزيد من البحث ودعم الابتكار. إن حالة صناعة الصحافة، وتدريب المهنيين وتعليمهم، والفرص الاجتماعية، والإمكانيات السياسية لهذه النوعية الجديدة من الصحافة، كل هذه العوامل لم يتم رصدها تقريبًا، فما بالك بتقصِّيها وبحثها بدعم مؤسسي جاد. سوف تتطلب تحالف العمل الإعلامي وقطاع الإعلام العام والتعليم والحكومة لمواجهة هذا العجز. إن مؤسسة «بوليس»[39] البحثية التي أقودها هي محاولة لحشد هذا النوع من النشاط عبر ربط الصحافة الدولية والمجتمع معًا لبحث ومناقشة فرص الصحافة.

لست أرغب في تضخيم فكرة حتمية الصحافة الشبكية، فحتى وإن كنا قادرين على تحقيق نوعية الإعلام الإخباري الذي أرنو إليه، فما من ضمانات أنها سوف تضمن لنا

عالمًا أسعدَ أو آمَنَ أو أغنى. كذلك أنا أطلب من المجتمع الكثير حقًّا فيما يخص الاستثمار والمجهود اللازمَين لإنشاء صحافة شبكية دون انتظار مكافأة معينة. لكنني أعتقد أن قضية الصحافة الشبكية تدعمها حجج لا يمكن مقاومتها في كلٍّ من مجالات الأعمال والسياسة العامَّة والوضع الاجتماعي. تلك الحجج هي في حدِّ ذاتها أسباب جيدة جدًّا لدعم تنفيذ محو أمية الإعلام الشبكي على أرض الواقع.

سيختلف المستقبل مرة أخرى، وأية توقعات لفترة تتجاوز الخمس سنوات قليلة النفع، ولهذا لم أقدم أية تكهنات. الصحافة الشبكية ليست حلًّا أو تكهنًا صالحًا للاستخدام مرة واحدة، وإنما هي طريقة جديدة لمؤازرة الصحافة والدور العام المنوط بها بطريقة تجمع المزايا القديمة بالإمكانيات الجديدة. ونحن نتجه إلى الأمام، سيواصل المشهد التغيير من تحت أقدامنا، وفعليًّا يعتبر الجيل الجديد الكثير من مزايا تكنولوجيا الإعلام الجديد من البديهيات. هذا أمر جيد لأنه يعني أننا يمكن أن نتخطى الحوار الذي ينحصر بين المثالية المطلقة والتدهور المطلق إلى أجندة أكثر عملية لكنها جريئة، يمكن أن نكون أقل إفراطًا في التحمس للأدوات الذكية وأكثر جدية في الممارسة وأكثر تطلعًا إليها. يمكننا تعلُّم أن وتيرة التغير سوف تتحرك بسرعات مختلفة. على ما يبدو انتشر التليفزيون المحمول بسرعة أقل بكثير مما كان متوقعًا له منذ أقل من عامٍ، وتحقَّق مقاطع الفيديو على الإنترنت شعبية هائلة لكن بطريقة أقل تعقيدًا بكثير مما ظن كثيرون من القائمين على تقديمها. إن إمكانية التقارب بين وسائل التكنولوجيا ما تنفك تزداد؛ ومع ذلك لم تحدث بعدُ النقلة من الكمبيوتر الشخصي إلى التليفزيون أو حتى العكس، ومن المثير للاهتمام أنه يُنظر الآن إلى المدوَّنات التقليدية على أنها منصة تخص الأشخاص الأكبر سنًّا وليست الشكل الثوري الذي تميزت به منذ عقد من الزمان. إن احتمالية نشأة شبكة الويب «ذات الدلالات اللفظية» التي تتمتع بوظائف بحث ذكية تبشر بظهور بُعد آخر لوسائل الاتصالات والربط على الإنترنت؛ ومع ذلك فأيًّا كانت المنصة الإعلامية التي تتبناها الصحافة الشبكية، فهي لا بد أن تحتفظ بإدراك عامٍّ لمبادئها.

سعى هذا الكتاب إلى وصف ما يُفترض أن تكونه الصحافة الشبكية، لكنني مهتم بالديناميكيات أكثر من التفاصيل. إنني متحمس للإمكانيات أكثر من طرق العمل، وأملي

تحقيق ما تمناه الأستاذ الراحل روجر سيلفرستون من منتدًى للبحث والنقاش حول الصحافة والمجتمع:

> لا بد من أن تكون هناك طريقة لتناول القضايا: ربما طريقة لحرث الأرض حتى تصير أكثر خصوبة؛ ومن ثم يكون هناك احتمالية أكبر لأن تنبت بذور العمل السياسي والحكم المهني. (الأستاذ الجامعي روجر سيلفرستون)[40]

لقد لخصتُ المخاطر التي تهدد الصحافة، لكنني أود أن أختتم برفع الآمال بشأن الفرص الواردة؛ فهذا هو أروع وقت لأن تكون صحفيًّا. كما أنه الوقت الأمثل للمواطن الذي يفكر في أن الإعلام الإخباري ينبغي أن يكون جزءًا إيجابيًّا من عالمه. لا خداع بعد اليوم؛ فنحن الإعلام أصبحنا الآن شبكة إعلام خارق.

ملخص الفصل

- نحن في حاجة إلى المزيد من الصحافة لكن الصحافة لا بد أن تضيف قيمة اجتماعية وتحريرية.
- ينبغي أن يعكس الصحفيون العاملون بالصحافة الشبكية تنوع تركيبة جمهورهم وسلوكه.
- يحتاج الصحفيون العاملون بالصحافة الشبكية إلى استخدام تقنيات أكثر تنوعًا وإبداعية لبناء القدرة على الاتصال.
- ستضيف الجماهير قيمة تنويع وتحرير إضافية.
- لا بد أن تصير الدراسات الإعلامية برنامجًا لبناء قيادة فكرية للصحافة الشبكية.
- لا بد أن تشتمل الدراسات الإعلامية على دراسات إدارة الأعمال وعلى مشاركة الجماهير.
- لا بد أن تواجه الدراسات الإعلامية قضايا أساسية مثل المشاع الإبداعي، وحرية التعبير، وحيادية الإنترنت.
- لا بد أن تصبح الدراسات الإعلامية في التعليم برنامج تمكين إيجابي.
- لا بد أن تصير الدراسات الإعلامية في الحكومة جزءًا من مشروعات تطبيق الديمقراطية كافة.
- يحتاج ممولو التعليم العالي والأبحاث الاجتماعية إلى أن ينظروا إلى مجال البحث في الإعلام الإخباري والصحافة الشبكية بمزيد من الجدية.
- الصحافة الشبكية هي طريقة لخلق مدينة إعلامية كونية.

قراءات إضافية مقترحة

الفصل الأول: «النجدة! النجدة! من سينقذنا؟»

Castells, M., 2001, *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business and society.* Oxford: Oxford University Press

Keen, A., 2007, *The cult of the amateur: How today's Internet is killing our culture,* New York: Currency.

Marr, A., 2004, *My trade: A short history of British journalism,* Basingstoke: Macmillan.

Tumber, H., 1999, *News: A reader,* Oxford: Oxford University Press.

الفصل الثاني: «أهو طائر؟ أهي طائرة؟ كلا، إنه الإعلام الخارق!»

Anderson, C., 2006, *The long tail,* New York: Hyperion.

Gillmor, D., 2005, *We the media,* Sebastapol, CA: O'Reilly Media.

Mansell, R. and Steinmueller, W., 2002, *Mobilising the information society,* Oxford: Oxford University Press.

Sunstein, C.R., 2007, *Republic.com 2.0,* Princeton: Princeton University Press.

Surowiecki, J., 2005, *The wisdom of crowds,* New York, Anchor Books.

الفصل الثالث: «ألن يمد أحدهم يد العون؟»

Armstrong, J. and Moulitsas, M., 2006, *Crashing the gate: Netroots, grassroots, and the rise of people-powered politics,* White River Junction, VT: Chelsea Green Publishing.

Beckett, C. and Kyrke-Smith, L. (eds.), *Development, governance and the media: The role of the media in building African society,* London: POLIS, London School of Economics.

Collier, P., 2007, *The bottom billion,* Oxford: Oxford University Press.

Lloyd, J., 2004, *What the media do to our politics,* London: Constable and Robinson.

McNair, B., 2007, *An introduction to political communication (communication & society),* London: Routledge.

Trippi, J., 2004, *The revolution will not be televised,* New York: HarperCollins.

الفصل الرابع: محاربة قوة الشر

Lessig, L., 2005, *Free culture: The nature and future of creativity,* Harmondsworth: Penguin.

Miles, H., 2006, *Al Jazeera,* New York: Abacus.

Price, M. and Thompson, M., (eds.), 2002, *Forging peace,* Edinburgh: Edinburgh University Press and Indiana: Indiana University Press.

Zelizer, B., 2004, *Taking journalism seriously,* Sage.

الفصل الخامس: يمكننا جميعًا أن نكون أبطالًا خارقين

Bauman, Z., 2007, *Liquid times,* Cambridge: Polity.

Beck, U., 2002, *Cosmopolitan vision,* Cambridge: Polity.

Chouliaraki, L., 2006, *Spectatorship of suffering,* London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Silverstone, R., 2006, *Media and morality,* Cambridge: Polity.

ملاحظات

مقدِّمة: موقع ديلي بلانِت دوت كوم

(1) Committee to Protect Journalists, 2005, International Press Freedom Awards, viewed July 27, 2007 http://www.cpj.org/awards05/galima.html.

(2) Silverstone, R., 2006, *Media and morality: On the rise of the mediapolis,* Cambridge: Polity Press.

(3) Tumber, H., 1999, *News: A reader,* Oxford: Oxford University Press.

(4) Armitage, T., 2006, 2007 and the "next" big media thing, *New Statesman,* July 31, viewed August 30, 2007, http://www.newstatesman.com/200607310067.

الفصل الأول: «النجدة! النجدة! من سينقذنا؟»

(1) Goldhammer, G., 2007, Newspapers parting with experience – and with journalism, *Below the Fold,* June 2, viewed September 11, 2007, http://belowthefold.typepad.com/my_weblog/2007/06/newspapers_part.html.

(2) Polis, 2007, London School of Economics, viewed September 11, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/polis/.

(3) Waghorn, R., 2007, Norwich City, MyFootballWriter.com, viewed August 2, 2007, http://norwichcity.myfootballwriter.com/index.asp.

(4) Terazono, E., 2006, Sales of “lads’ mags” in decline, *Financial Times,* 28 August, p. 16, viewed July 27, 2007, Lexis Nexis.

Greenslade, R., 2006, Lads turn their backs on monthly magazines, *Guardian zUnlimited,* September 29, viewed July 27, 2007, http://blogs.guardian.co.uk/greenslade/2006/09/lads_turn_their_backs_on_month.html.

(5) Brook, S., 2007, Bottom falls out of lads’ mags market, *The Guardian,* February 19, viewed July 27, http://media.guardian.co.uk/mediaguardian/story/0,,2015936,00.html.

(6) Kerr, G. pers. comm., May 10, 2007.

(7) Wikipedia, 2007, Blog, The Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, USA, viewed July 27, 2007, www.en.wikipedia.org/wiki/Blog#_note-0.

Blogpulse, 2007, Nielson BuzzMetrics, New York, NY, USA, viewed July 27, 2007, http://www.blogpulse.com/.

(8) Technorati, 2007, Technorati, San Francisco, CA, USA, viewed July 27, 2007, http://upport.technorati.com/support/siteguide.

(9) *Blogging is bringing new voices to the online world,* 2006, PEW Internet and American Life Project, PEW Research Center, Washington, DC, viewed July 29, 2007, http://www.pewinternet.org/PPF/r/130/press_release.asp.

(10) Ibid.

(11) Wray, R., 2007, Broadband spreads across globe, *Guardian Unlimited,* June 13, viewed July 29, 2007, http://business.guardian.co.uk/story/0,,2102304,00.html#article_continue.

(12) Orgad, S., 2006, *This box was made for walking.* London: Nokia and London School of Economics, viewed July 30, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Mobile_TV_Report_Orgad.pdf.

(13) 18 Doughty Street, 2007, Doughty Media Limited, London, viewed July 29, 2007, http://www.18doughtystreet.com/talk_tv.

(14) Thickett, J., 2007, Can quality survive in a market that's changing rapidly?, *The Guardian,* May 21, viewed July 29, 2007, http://media.guardian.co.uk/media-guardian/story/0,,2084082,00.html.

(15) *opendemocracy.net,* 2007, opendemocracy, London, viewed September 11, 2007, http://www.opendemocracy.net/.

(16) Slate.com, 2007, Slate, New York, viewed September 11, 2007, http://www.slate.com/.

(17) Current TV, 2007, Current, San Francisco, viewed September 11, 2007, http://uk.current.com/.

(18) Digg, 2007, Digg, San Francisco, viewed September 11, 2007, http://www.digg.com/.

(19) Preston, P., 2007, If the net is killing newspapers, why are they doing so well?, *The Observer,* June 10, viewed July 29, 2007, http://media.guardian.co.uk/columnists/story/0,,2099477,00.html.

(20) Ramesh, R., Pilkington, E., Tuckman, J., Watts, J., Tremlett, G., Traynor, I., McGreal, C., Lawson, M., and Henley, J., 2007, The world is watching, *Guardian Unlimited,* June 16, viewed July 29, 2007, http://www.guardian.co.uk/weekend/story/0,,2102856,00.html.

(21) *The state of the news media: An annual report on American journalism,* 2007, Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, viewed July 29, 2007, http://www.stateofthemedia.org/2007/chartland.asp?id=370&ct=col&dir=&sort=&col1_box=1&col2_box=1&col3_box=1&col4_box=1.

The state of the news media: An annual report on American journalism, 2007, Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, viewed July 29, 2007, http://www.stateofthenewsmedia.com/2007/narrative_overview_audience.asp?cat=3&media=1.

(22) The news consumers' conundrum, 2007, Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, viewed July 29, 2007, http://www.journalism.org/node/2327.

(23) Briggs, A. and Burke, P., 2002, *A social history of the media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press, p. 306.

(24) Fewell, M., 2006, POLIS Future of News seminar, November, 29. London School of Economics.

(25) FactCheck, 2007, Channel 4 News, London, viewed September 11, 2007, http://www.channel4.com/news/factcheck.

(26) Kiss, J., 2006, Channel 4 News: a future of interactivity and integration, Project for Excellence in Journalism, April 21, viewed July 29, 2007, http://www.journalism.co.uk/news/story1816.shtml.

(27) Fewell, M., 2007, POLIS Future of News seminar, 24 January, London School of Economics.

(28) Addis, R., 2007, POLIS Future of News seminar, 24 January, London School of Economics.

(29) Murdock, G. and Golding, P., 2004, Dismantling the digital divide: Rethinking the dynamics of participation and exclusion, in A. Calabrese and C. Sparks (eds.), *Toward a political economy of culture: Capitalism and communication in the twenty-first century*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield, p. 249.

(30) Comedy Central, 2007, *The Daily Show*, television programme, Comedy Central, New York, viewed August 2, 2007, http://www.comedycentral.com/.

(31) NPR, 2007, *Wait, Wait … Don't Tell Me,* radio program, NPR and Chicago Public Radio, Washington, DC and Chicago, IL, viewed August 2, 2007, http://www.npr.org/programs/waitwait/.

(32) YouTube vs. the boob tube, 2006, Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, viewed August 2, 2007, http://www.journalism.org/node/4075.

(33) Hamm, S., 2007, Children of the web: How the second-generation Internet is spawning a global youth culture – and what business can do to cash in, *Business Week,* July 2, viewed July 29, 2007, http://www.businessweek.com/magazine/content/07_27/b4041401.htm?chan=top+news_top+news+index_best+of+bw.

(34) *Newspaper economics: 2006 annual report advertiser influence,* 2006, Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, March 13, viewed July 30, 2007, http://www.journalism.org/node/650.

(35) Sawyers, M., 2007, Opinions on the status of newspapers, June,19, Editor's Weblog, viewed July 29, 2007, http://www.editorsweblog.org/print_newspapers//2007/06/opinions_on_the_status_of_newspapers.php#more.

(36) Higginbotham, A., 2006, Local hero, August 13, *The Observer,* viewed July 30, 2007, http://observer.guardian.co.uk/magazine/story/0,,1841318,00.html#article_continue.

(37) YouTube vs. the boob tube, 2006, Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, viewed August 2, 2007, http://www.journalism.org/node/4075.

(38) Ofcom, 2007, *A new approach to public service content in the digital media age,* Ofcom, London, January 24, viewed July 30, 2007, www.ofcom.org.uk/consult/condocs/pspnewapproach/summary/.

(39) Ofcom, 2007, *UK's Ethnic Minority groups watch less TV but compare well on mobile and broadband take-up,* June 21, Ofcom, London, viewed July 30, 2007, http://www.ofcom.org.uk/media/news/2007/06/nr_20070621.

(40) Richards, E., 2007, IPPR Media convention: remarks, January 18, Ofcom, London, viewed July 30, 2007, http://www.ofcom.org.uk/media/speeches/2007/01/ippr.

(41) Prior, M., 2007, The real media divide, *The Washington Post,* July 16, p. A15, viewed July 30, 2007, http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/07/15/AR2007071501110.html?sub=new.

(42) 20% loss of editorial staff at LA Times. It's high noon at the LA Times, 2007, Project for Excellence in Journalism, viewed July 30, 2007, http://www.journalism.org/node/2018.

(43) Castells, M., 2001, *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business and society.* Oxford: Oxford University Press, p. 191.

Norris, P., 2001, *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide.* Cambridge: Cambridge University Press.

Mansell, R., 2004, Political economy, power and new media, *New Media & Society,* 6(1), pp. 96–105.

(44) Andrews, R., 2007, Thompson-Reuters deal confirmed, Forbes.com, May 15, viewed September 12, 2007, http://www.forbes.com/technology/2007/05/15/cx_0515paidcontent.html?partner=rss.

(45) DigitalUK, 2007, Getting set for digital, Digital UK Ltd, London, viewed September 12, 2007, http://www.digitaluk.co.uk/en.html.

(46) Willsher, K., 2007, *Le Monde* journalists oust chief in protest at management style, *The Guardian,* May 24, viewed July 30, 2007, http://www.guardian.co.uk/france/story/0,,2086674,00.html#article_continue.

(47) Burke, J., 2006, Has *Libération* lost its fight for freedom?, *The Observer,* September 17, viewed July 30, 2007, http://media.guardian.co.uk/presspublishing/story/0,,1874160,00.html.

(48) Metro, 2007, Metro.us, New York, viewed July 30, 2007, http://ny.metro.us/metro/about/.

(49) Campbell, K., 2007, POLIS Future of News seminar, January 24, London School of Economics.

(50) Charman, P., 2007, POLIS Future of News seminar, January 24, London School of Economics.

(51) Blair, T., 2007, Full transcript of Blair speech, June 12, Reuters, London, viewed July 30, 2007, http://uk.reuters.com/article/topNews/idUKZWE24585220070612?src=061207_1647_TOPSTORY_blair_attacks_media&pageNumber=4.

(52) Lloyd, J., 2004, The fourth estate's coup d'état, *The Observer,* June 13, viewed August 1, 2007, http://media.guardian.co.uk/site/story/0,,1237397,00.html.

(53) Habermas, J., 1974, The public sphere: an encyclopaedia article, *New German Critique,* 1(3), pp. 49–55.

(54) Habermas, J., 2006, Towards a United States of Europe (acceptance speech at Bruno Kreisky Prize), March 27, viewed July 30, 2007, http://www.signandsight.com/features/676.html.

(55) Keen, A., 2007, *The cult of the amateur: How today's Internet is killing our culture,* New York: Currency.

(56) Ibid, p. 47.

(57) Lemann, N., 2006, Amateur hour: Journalism without journalists, *New Yorker,* August 7, viewed July 30, 2007, http://www.newyorker.com/archive/2006/08/07/060807fa_fact1.

(58) Illustrated Books and Newspapers' Wordsworth 1846:

DISCOURSE was deemed Man's noblest attribute,
And written words the glory of his hand;
Then followed Printing with enlarged command
For thought – dominion vast and absolute
For spreading truth, and making love expand.

Now prose and verse sunk into disrepute
Must lacquey a dumb Art that best can suit
The taste of this once-intellectual Land.
A backward movement surely have we here,
From manhood – back to childhood; for the age –
Back towards caverned life's first rude career.
Avaunt this vile abuse of pictured page!
Must eyes be all in all, the tongue and ear
Nothing? Heaven keep us from a lower stage!

(Wordsworth, W., 1888, *The complete poetical works,* London: Macmillan and Co.)

(59) Sampson, A., 1996, The crisis at the heart of our media, *British Journalism Review,* 7(3), pp. 42–51.

(60) Purvis, S., 2005, Is British journalism getting better or worse?, City Insights lecture, City University, March 17, viewed July 30, 2007, http://www.city.ac.uk/whatson/dps/Transcript%2016032005_1%20-%20Stewart%20Purvis.pdf.

(61) Shafer, J., 2007, The newspaper of the future, Slate.com, July 3, viewed August 3, 2007, http://www.slate.com/id/2169763/fr/rss.

(62) Tumber, H., 1999, *News: A reader,* Oxford: Oxford University Press.

(63) Habermas, J., 1974 The public sphere: an encyclopaedia article, *New German Critique,* 1(3), pp. 49–55.

(64) Ibid, p. 55.

(65) Davies, G., 2005, The BBC and public value, in D. Helm (ed.) *Can the Market Deliver?,* London, John Libbey.

(66) Walt Disney Home Video, 2002, *Schoolhouse Rock.* viewed July 30, 2007, http://disneyvideos.disney.go.com/moviefinder/products/2304803.html.

(67) *YouTube,* 2006, Schoolhouse Rock – how a bill becomes a law, Google, Mountain View, CA, viewed July 30, 2007, http://www.youtube.com/watch?v=mEJL2Uuv-oQ.

(68) Wikipedia, 2007, Schoolhouse Rock! Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed July 30, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Schoolhouse_Rock.

(69) Klein, R., 2006, GOP takes aim at PBS funding: House panel backs budget reductions, *The Boston Globe,* June 8, viewed July 30, 2007, http://www.boston.com/ae/tv/articles/2006/06/08/gop_takes_aim_at_pbs_funding/.

(70) Holmwood, L., 2007, Channels rap Ofcom's PSP plans, *MediaGuardian,* June 13, viewed July 30, 2007, http://media.guardian.co.uk/broadcast/story/0,2102156,00.html.

(71) Second Life, 2007, Linden Research, Inc, San Francisco, CA, viewed July 30, 2007, http://secondlife.com/.

(72) Wikipedia, 2007, Economy of Second Life, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed July 30, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Second_Life.

(73) Sinreich, R., 2007, Hillary Clinton in Second Life, Personal Democracy Forum, March 21, viewed July 30, 2007, http://techpresident.com/node/171.

(74) Second Life News Center, 2007, Reuters, London, viewed July 30, 2007, http://www.secondlife.reuters.com/stories/category/second-life/economy/.

(75) Au, J.W., 2007, email to the author, July 10, 2007.

(76) Au, J.W., email to the author, July 10, 2007, see also: Au, J.W. *The making of Second Life: Notes from the new world,* New York: HarperCollins.

(77) Murray-Watson, A., 2007, Second Life rival seeks €1bn UK listing: Virginbacked start-up promises to become the "iTunes for the games

industry," *The Independent,* July 15, viewed July 30, 2007, http://news.independent.co.uk/business/news/article2770935.ece.

(78) Semuels, A., 2007, Virtual marketers have second thoughts about Second Life: Firms find that avatars created by participants in the online society aren't avid shoppers, *LA Times,* July 14, viewed July 30, 2007, http://www.latimes.com/business/la-fi-secondlife14jul14,1,3135510.story?coll=la-headlines-business&ctrack=1&cset=true.

الفصل الثاني: «أهو طائر؟ أهي طائرة؟ كلا، إنه الإعلام الخارق!»

(1) Lemann, N., 2006, Amateur hour: Journalism without journalists, *New Yorker*, August 7, viewed July 30, 2007, http://www.newyorker.com/archive/2006/08/07/060807fa_fact1.

(2) Gillmor, D., 2007, Journalism isn't dying, it's reviving, *San Francisco Chronicle*, June 7, viewed July 30, 2007, http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/chronicle/archive/2007/06/07/EDGGTP3FOE1.DTL.

(3) Waugh, E., 2003 (New Ed. edn), *Scoop*, London: Penguin Books Ltd.

(4) Frayn, M., 2005, *Towards the end of morning*, London, Faber and Faber.

(5) *Citizen Kane*, 1941, motion picture, produced by RKO, directed by Orson Welles.

(6) *His Girl Friday*, 1940, motion picture, produced by Columbia Pictures Corporation, directed by Howard Hawks.

(7) *All The President's Men*, 1976, motion picture, produced by Warner Bros. Pictures, directed by Alan J. Pakula.

(8) *Broadcast News*, 1987, motion picture, produced by American Films, directed by James L. Brooks.

(9) Jenkins, S., 2007, The British media does not do responsibility. It does stories, *The Guardian,* May 18, viewed July 30, 2007, http://media.guardian.co.uk/broadcast/comment/0,,2082508,00.html.

(10) Peacey, J., c2004, *Politicians and pamphleteers: Propaganda during the English civil wars and interregnum*, Aldershot, England and Burlington, VT: Ashgate.

Raymond, J., 2002, *Pamphlets and pamphleteering in early modern Britain*, Cambridge: Cambridge University Press.

Hubbard, E., September 30, 2006, *Pamphlets and pamphleteers*, Whitefish, MT: Kessinger Publishing; Pmplt edition.

(11) Marr, A., 2004, *My trade: A short history of British journalism*, London: Macmillan.

(12) Ackroyd, P., 2002, *Dickens*, New York: Vintage.

(13) Wikipedia, 2007, Alfred Harmsworth, 1st Viscount Northcliffe, The Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed September 12, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Alfred_Harmsworth%2C_1st_Viscount_Northcliffe.

(14) Wikipedia, 2007, Joseph Pulitzer, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed July 30, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Pulitzer.

(15) Wikipedia, 2007, William Randolf Hearst, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed July 30, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/William_Randolph_Hearst.

(16) Welch, D., 2002, *The Third Reich: Politics and Propaganda* (2nd edn), London: Routledge.

(17) Mirror.co.uk, 2007, Trinity Mirror plc, London, viewed September 12, 2007, http://www.mirror.co.uk/.

(18) Wikipedia, 2007, CBS Evening News, The Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed September 12, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/CBS_Evening_News.

(19) Jarvis, J., 2006, Networked Journalism, The Buzz Machine, July 5, viewed July 30, 2007, http://www.buzzmachine.com/2006/07/05/networkedjournalism/.

(20) Ito, M., 2006, Introduction, in K. Varnelis (ed.), *Networked publics.* Los Angeles: Anneberg Center for Communication, University of Southern California, viewed July 30, 2007, http://networkedpublics.org/book/introduction.

(21) Marr, A., 2004, *My trade: A short history of British journalism,* Basingstoke: Macmillan.

(22) MyTelegraph, 2007, *The Telegraph,* London, viewed July 30, 2007, http://my.telegraph.co.uk/.

Chron Commons, 2007, *The Houston Chronicle,* Houston, TX, viewed July 30, 2007, http://www.chron.com/commons/commons.html.

(23) Orgad, S., 2006, *This box was made for walking,* London: Nokia and London School of Economics, viewed July 30, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Mobile_TV_Report_Orgad.pdf.

(24) Godin, S., 2007, Non-linear media, Seth Godin, viewed August 1, 2007, http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2006/01/nonlinear_media.html.

(25) Wikipedia, 2007, Walt Disney Imagineering, The Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed September 12, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Walt_Disney_Imagineering#Imagineers.

(26) Richmond, S., 2007, The distributed me, Telegraph.co.uk, June 19, viewed August 1, 2007, http://blogs.telegraph.co.uk/technology/shanerichmond/june07/distributedme.htm.

(27) MyTelegraph, 2007, *The Telegraph,* London, viewed July 30, 2007, http://my.telegraph.co.uk/.

(28) Blair, T., 2007, Full transcript of Blair speech, 12 June, Reuters, London, viewed July 30, 2007, http://uk.reuters.com/article/topNews/idUKZWE24585220070612?src=061207_1647_TOPSTORY_blair_attacks_media&pageNumber=4.

(29) Wikipedia, 2007, Citizen Kane, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 1, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Citizen_Kane.

(30) Tracey, M., 2003, *BBC and the reporting of the general strike: Introduction to the microfilm edition,* East Ardsley, UK: Microform Academic Publishers, viewed September 12, 2007, www.microform.co.uk/guides/R97608.pdf.

(31) Aitken, R., 2007, *Can we trust the BBC?* London: Continuum International Publishing Group.

(32) McLeary, P., 2006, Katrina coverage, by the numbers, *Columbia Journalism Review,* August 30, viewed December 11, 2007, http://www.cjr.org/behind_the_news/katrina_coverage_by_the_number.php.

(33) Solomon, N., Erlich, R., Zinn, H., and Penn, S., 2003, *Target Iraq: What the news media didn't tell you,* Context Books, viewed August 1, 2007, http://www.normansolomon.com/norman_solomon/2004/07/target_iraq_now.html.

(34) Schechter, D., 2003, *Media wars: News at a time of terror,* Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

(35) Schechter, D., 2003, *Media wars: News at a time of terror,* Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

News magazine believability over time, 2006, Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, viewed August 1, 2007, http://www.journalism.org/node/1407.

Tomlinson, K., and the Mann Report, 2006, *Radio public attitudes,* Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, March 13, viewed August 1, 2007, http://www.journalism.org/node/868.

Edmonds, R., and Project for Excellence in Journalism, 2005, *2005 Annual Report – newspaper public attitudes,* Project for Excellence in Journalism, Washington, DC, March 15, viewed August 1, 2007, http://www.journalism.org/node/1417.

BBC News, 2007, BBC apologises over Queen clips, BBC, July 12, viewed August 1, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/6294472.stm.

BBC 6 O'clock News, 2007, television programme, BBC, 13 July, viewed August 1, 2007, http://news.bbc.co.uk/player/nol/newsid_6890000/newsid_6895600/6895658.stm?bw=bb&mp=wm&news=1.

(36) Lloyd, J., 2004, *What the media do to our politics,* London: Constable and Robinson.

(37) Davis, L., 2007, *Scandal: How "gotcha" politics is destroying America,* New York: Palgrave Macmillan.

(38) Staines, P., 2007, Guido Fawkes' blog, viewed August 11, 2007, http://www.order-order.com/2006_07_01_archive.html.

(39) Little Green Football, 2007, Little Green Footballs, viewed July 17, 2007, http://littlegreenfootballs.com.

(40) Wemple, E., 2007, The Post's 10 web "principles," *Washington City Paper,* July 5, viewed July 17, 2007, http://www.washingtoncitypaper.com/blogs/citydesk/index.php/2007/07/05/the-posts-10-web-principles/.

(41) Jarvis, J., 2007, The 11th principle, The Buzz Machine, July 7, viewed July 14, 2007, http://www.buzzmachine.com/2007/07/07/the-11th-principle/.

(42) Wemple, E., 2007, The Post's 10 web "principles", *Washington City Paper,* July 5, viewed July 17, 2007, http://www.washingtoncitypaper.com/blogs/citydesk/index.php/2007/07/05/the-posts-10-web-principles/.

(43) Global Voices, 2007, Berkman Center for Internet and Society, Harvard Law School, Cambridge, MA, viewed September 12, 2007, http://www.globalvoicesonline.org/.

(44) Alertnet, 2007, Reuters Foundation, London, viewed August 2, 2007, http://www.alertnet.org/map/index.htm.

(45) Zkman, 2006, George Allen introduces "Macaca", *YouTube,* August 15, viewed August 11, 2007, http://www.youtube.com/watch?v=r90z0PMnKwI.

(46) Schlesinger, D., 2007, Out of Africa, Reuters, February 26, viewed August 2, 2007, http://blogs.reuters.com/2007/02/26/out-of-africa/.

(47) Liberia Ledger, 2007, Crappy Liberia coverage in *Time Magazine*, Liberia Ledger, Monrovia, Liberia, viewed August 2, 2007, http://liberialedger.blogspot.com/2007/07/crappy-liberia-coverage-in-time.html.

(48) BBC World Service, 2007, BBCNazer.com is launched, BBC, April 18, viewed May 5, 2007, http://www.bbc.co.uk/worldservice/trust/asiapacific/story/2007/04/070416_aep_website_nazer.shtml.

(49) BBC World Service, 2006, Trust launches Iran youth radio program, BBC, October 23, viewed September 12, 2007, http://bbc.co.uk/worldservice/trust/mediadevelopment/story/2006/10/061020_iranyouth_radio.shtml.

(50) Gillmor, D., 2006, *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people,* Beijing, O'Reilly.

(51) Younkins, E., 2007, A Randian definition of the common good, Rebirth of Reason, Santa Clara, CA, viewed July 17, 2007, http://rebirthofreason.com/Articles/Younkins/A_Randian_Definition_of_the_Common_Good.shtml.

(52) Oreskes, M., 2007, Opening remarks, World Economic Forum, Davos, Switzerland, January, viewed August 2, 2007, http://www.cbc.ca/news/about/burman/pdf/oreskes-davos.pdf.

(53) Kilman, L., 2007, How young people use media: Youth DNA study measures trends, World Association of Newspapers, Paris, June 3, http://www.wan-press.org/article14281.html.

Sass, E., 2007, Biggest threat to newspapers is … MySpace?, *Media Daily News,* Media-Post Publications, June 18, viewed August 2, 2007, http://publications.mediapost.com/index.cfm?fuseaction=Articles.showArticleHomePage&art_aid=62480.

(54) Wikipedia, 2007, Network neutrality, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 2, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Net_neutrality.

Rogers, R., 2004, *Information politics on the web,* Cambridge, MA: MIT Press.

Machill, M., Neuberger, C., and Schindler, F., 2003, Transparency on the Net: Functions and deficiencies of Internet search engines, *Info,* 5(1), pp. 52–74.

(55) Luft, O., 2007, Rusbridger tells Lords "ten year act of faith" needed for digital publishing future, Project for Excellence in Journalism, July 18, viewed December 11, 2007, http://www.journalism.co.uk/news/story3429.shtml.

(56) Thompson, C., 2006, Google's China problem (and China's Google problem), *The New York Times,* April 23, viewed August 2,

2007, http://www.nytimes.com/2006/04/23/magazine/23google.html?pagewanted=1&ei=5090&en=972002761056363f&ex=1303444800.

Martinson, J., 2007, China censorship damaged us, Google founders admit, *The Guardian,* January 27, viewed August 2, 2007, http://business.guardian.co.uk/davos2007/story/0,,1999994,00.html#article_continue.

(57) McGuinness, B., 2007, Where have all the (marketing) leaders gone?, Below the Fold, July 14, viewed August 2, 2007, http://belowthefold.typepad.com/my_weblog/.

(58) Rosen, J., 2007, NewAssignment.net, New York, viewed September 12, 2007, http://www.newassignment.net/.

(59) Rosen, J., 2006, Introducing NewAssignment.Net, July 25, viewed September 12, 2007, http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/07/25/nadn_qa.html.

(60) *The Lady,* 2007, *The Lady,* London, viewed August 2, 2007, http://www.lady.co.uk/index.cfm.

(61) Usden, A., pers. comm., July 20, 2007.

(62) Waghorn, R., 2007, Norwich City, MyFootballWriter.com, viewed August 2, 2007, http://norwichcity.myfootballwriter.com/index.asp.

(63) Rick Waghorn, email to the author, June 1, 2007.

(64) Ali, R., 2007, Local community network Backfence closing down all sites, Paidcontent.org, July 5, viewed August 2, 2007, http://paidcontent.org/entry/419-local-community-network-backfence-closing-down-all-sites/.

(65) Jarvis, J., 2007, Towns are hyperlocal social networks with data (people that is), The Buzz Machine, July 11, viewed August 2, 2007, http://www.buzzmachine.com/2007/07/11/hyperlocal/.

(66) *Southwark Weekender,* 2007, Southwark Newspaper Ltd., London, viewed August 2, 2007, http://www.southwarkweekender.co.uk/shopping/00,news,5124,183,00.htm.

(67) Krim, T., 2007, NetVibes, viewed August 2, 2007, http://blog.netvibes.com/.

(68) Wikipedia, 2007, Widget (computing) [sic], Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 2, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Widget_(computing).

(69) This idea from Craig McGinty in a post on the author's blog, Beckett, C., 2007, Widget News, charliebeckett.org, Polis, London School of Economics, London, July 20, viewed August 2, 2007, http://www.charliebeckett.org/?p=231.

(70) Michael Oreskes, email to the author, August 1, 2007.

(71) Taylor, V., pers. comm., August 10, 2007.

(72) Eltringham, M., pers. comm., August 2007.

(73) Ofcom, 2007, A new approach to public service content in the digital media age, Ofcom, London, January 24, viewed August 2, 2007, www.ofcom.org.uk/consult/condocs/pspnewapproach/summary/.

(74) Radford, S., 2007, Village rocks at Shalfest, *Newbury Today,* July 16, viewed August 2, 2007, http://www.newburytoday.co.uk/News/Article.aspx?articleID=4718.

(75) Ofcom, 2007, A new approach to public service content in the digital media age, Ofcom, London, January 24, viewed August 2, 2007, www.ofcom.org.uk/consult/condocs/pspnewapproach/newapproach.pdf.

(76) Ibid.

(77) Curzon Prize, T., 2007, POLIS Future of News seminar, 24 January, London School of Economics.

الفصل الثالث: «ألن يمد أحدهم يد العون؟»

(1) Blair, T., 2007, Full transcript of Blair speech, June 12, Reuters, London, viewed July 30, 2007, http://uk.reuters.com/article/

topNews/idUKZWE24585220070612?src=061207_1647_TOPSTORY_blair_attacks_media&pageNumber=4.

(2) McLuhan, M., 1962, *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man,* Toronto: University of Toronto Press.

(3) Wikipedia, 2007, John Pilger, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 13, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/John_Pilger.

Johnpilger.com, 2007, Doward, O. ITV, London, viewed August 13, 2007, http://www.johnpilger.com/page.asp?partID=5.

(4) Norris, P., 2002, *Democratic phoenix: Reinventing political activism,* Cambridge: Cambridge University Press.

Giving USA Foundation, 2007, U.S. charitable giving reaches $295.02 billion in 2006, Charity Navigator, June 25, viewed August 11, 2007, http://www.charitynavigator.org/index.cfm/bay/content.view/cpid/619.

(5) Project for Excellence in Journalism, 2004, *2004 annual report: Newpaper public attitudes,* March 15, viewed August 11, 2007, http://www.journalism.org/node/807.

(6) Project for Excellence in Journalism, 2007, *The state of the news media 2007: An annual report on American journalism,* viewed August 11, 2007, http://www.stateofthenewsmedia.com/2007/narrative_overview_publicattitudes.asp?cat=8&media=1.

(7) Ibid.

(8) Trippi, J., 2004, Down from the mountain, keynote speech, O'Reilly digital democracy teach-in, San Diego, CA, February 9, viewed August 11, 2007, http://www.itconversations.com/transcripts/80/transcript80-2.html.

(9) Horrigan, J., 2004, *Pew Internet project data memo,* Pew Internet and American Life Project, April, viewed August 11, 2007, http://www.pewinternet.org/PPF/r/121/report_display.asp.

(10) Rainie, L., Cornfield, M., and Horrigan, J., 2005, *The Internet and campaign 2004, Pew Internet and American Life Project,* March 6, viewed August 11, 2007, http://www.pewinternet.org/PPF/r/150/report_display.asp.

(11) Sweney, M., 2007, Olympics and presidents to drive ad spend growth, *Media-Guardian,* June 27, viewed August 13, 2007, http://media.guardian.co.uk/advertising/story/0,,2112934,00.html.

(12) Farnsworth, M. 1998, Drudge Report: Newsweek kills story on White House intern, Australianpolitics.com, January 17, viewed August 11, 2007, http://australianpolitics.com/usa/clinton/impeachment/drudge.shtml.

(13) Black, D., 2002, Escahnton, December 6, viewed August 11, 2007, http://atrios.blogspot.com/2002_12_01_atrios_archive.html#90023494.

(14) Rosen, J., 2004, The legend of Trent Lott and the weblogs, Press-Think, March 15, viewed August 11, 2007, http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/03/15/lott_case.html.

(15) "Buckhead," 2004, No title, Freerepublic.com, Fresno, CA, September 8, viewed August 11, 2007, http://www.freerepublic.com/focus/f-news/1210662/replies?c=47.

(16) Abovitz, R., 2005, Easongate: The end of MSN as we know it?, World Economic Forum, Geneva, Switzerland, February 8, viewed August 11, 2007, http://www.forumblog.org/blog/2005/02/following_eason.html.

(17) Media Matters for America, 2005, "Go ahead, Jeff": Talon News "reporter" Jeff Gannon is McClellan's lifeline during briefings, Media Matters for America, February 2, viewed August 11, 2007, http://mediamatters.org/items/200502020014.

(18) Leibovich, M., 2006, Lieberman hopes his fate isn't sealed with a kiss, *The New York Times,* July 16, viewed August 13, 2007, http://

www.nytimes.com/2006/07/16/washington/16lieberman.html?ex=1310702400&en=b423a86bccfd09af&ei=5088&partner=rssnyt&emc=rss.

(19) DubyaD40web, 2007, Hillary Clinton Sopranos spoof, *YouTube,* June 19, viewed August 11, 2007, http://www.youtube.com/watch?v=shKJk3Rph0E.

(20) Zkman, 2006, George Allen introduces "Macaca", *YouTube,* August 15, viewed August 11, 2007, http://www.youtube.com/watch?v=r90z0PMnKwI.

(21) Albrekts, 2006, Rush Limbaugh trashes Michael J Fox, *YouTube,* October 25, viewed August 11, 2007, http://www.youtube.com/watch?v=0o6yrdInw6s.

(22) Barelypolitical, 2007, "I've got a crush … on Obama" by Obama Girl, *YouTube,* June 13, viewed August 11, 2007, http://www.youtube.com/watch?v=wKsoXHYICqU.

(23) Jarvis, J., 2007, Puppets aside, *YouTube* is the best forum for debate, *The Guardian,* July 30, viewed August 11, 2007, http://media.guardian.co.uk/mediaguardian/story/0,,2137336,00.html.

(24) Huffington, A., 2007, New HuffPost project: The wisdom of the crowd hits the '08 campaign trail, *The Huffington Post,* March 26, viewed August 11, 2007, http://www.huffingtonpost.com/arianna-huffington/new-huffpost-projectthe_b_44321.html.

(25) Clinton, H., 2007, Hillary Clinton, *Facebook,* viewed August 11, 2007, http://lse.facebook.com/person.php?id=2290827757.

Edwards, J., 2007, John Edward's wall, *Facebook,* viewed August 11, 2007, http://lse.facebook.com/wall.php?id=2352506197.

Obama, B., 2007, Barack Obama, *Facebook,* viewed August 11, 2007, http://lse.facebook.com/person.php?id=2355496748.

(26) Bai, M., 2007, *The argument: Billionaires, bloggers, and the battle to remake Democratic politics,* Penguin Press.

(27) NUJ, 2006, Tony Benn pulls no punches at launch of media lectures, National Union of Journalists, November 15, viewed August 11, 2007, http://www.nuj.org.uk/inner.php?docid=1532.

(28) Benn, T., *Covert Action Quarterly,* April 2001.

(29) BBC News, 2000, Blair unveils internet plans, BBC News, September 11, viewed August 11, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk_politics/919903.stm.

(30) Blair, T., 2007, Full transcript of Blair speech, June 12, Reuters, London, viewed July 30, 2007, http://uk.reuters.com/article/topNews/idUKZWE24585220070612?src=061207_1647_TOPSTORY_blair_attacks_media&pageNumber=4.

(31) Staines, P., 2006, Something rotten in the media-politico nexus, Guido Fawkes' blog, July 12, viewed August 11, 2007, http://www.order-order.com/2006_07_01_archive.html.

(32) Hencke, D., 2006, Westminster weekly, *The Guardian Unlimited,* June 29, viewed August 11, 2007, http://download.guardian.co.uk/sys-audio/Politics/Westminster/2006/06/29/PoliticsShow290606.mp3.

(33) Staines, P., 2006, Meanwhile, back at the ranch, Guido Fawkes' blog, July 3, viewed August 11, 2007, http://www.order-order.com/2006/07/meanwhile-back-atranch.html.

(34) Crerar, P. and Cecil, N., 2006, Double blow for two jags, *The Evening Standard,* July 4, p. 16, viewed August 11, 2007, Lexis Nexis.

(35) Robinson, N., 2006, Prescott for dummies, Nick Robinson's newslog, BBC News, July 5, viewed August 11, 2007, http://www.bbc.co.uk/blogs/nickrobinson/2006/07/05/index.html.

(36) Staines, P., 2007, Guido Fawkes' blog, viewed September 12, 2007,http://www.order-order.com/2006/07/meanwhile-back-at-ranch.html.

(37) Staines, P., 2006, Robinson for dummies, Guido Fawkes' blog, July 5, viewed August 11, 2007, http://www.order-order.com/2006/07/robinson-fordummies.html.

(38) Humphrys, J., 2006, I will not quit; John Prescott gives his first broadcast interview since his political troubles began, *Today Programme,* radio broadcast, BBC Radio 4, July 6, viewed August 11, 2007, http://www.bbc.co.uk/radio4/today/listenagain/zthursday_20060706.shtml.

(39) Staines, P., 2006, Three shags* does not deny other affairs, Guido Fawkes' blog, July 6, viewed August 11, 2007, http://www.order-order.com/2006/07/three-shags-does-not-deny-other.html.

(40) Dale, I., 2007, Iain Dale's diary, viewed August 11, 2007, http://iaindale.blogspot.com/.

(41) Barkham, P., 2006, How the net closed on Prescott, *The Guardian,* July 10, viewed August 11, 2007, http://media.guardian.co.uk/mediaguardian/story/0,1816492,00.html.

(42) Ibid.

(43) Robinson, N., 2007, Nick Robinson's newslog, BBC News, viewed August 11, 2007, http://www.bbc.co.uk/blogs/nickrobinson/.

(44) Barkham, P., 2006, How the net closed on Prescott, *The Guardian,* July 10, viewed August 11, 2007, http://media.guardian.co.uk/mediaguardian/story/0,1816492,00.html.

(45) BBC News, 2007, Road petition breaks a million, BBC News, Feburary 10, viewed August 11, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk/6349027.stm.

(46) Stiglitz, J. and Islam, R., 2002, A free press is crucial in overcoming global poverty, Global Policy Forum, November 14, viewed August

13, 2007, http://www.globalpolicy.org/globaliz/cultural/2002/1114pov .htm.

(47) BBC News, 2005, Africa calls on G8 to scrap debt, BBC news, July 5, viewed August 13, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/africa/4651337.stm.

BBC News, 2005, G8 leaders agree to $50bn aid boost, BBC News, July 8, viewed August 13, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/4662297.stm.

DFID, 2007, Getting rid of polio and measles in Uganda, DFID, London, January 18, viewed August 13, 2007, http://www.dfid.gov.uk/casestudies/files/africa/uganda-measles.asp.

USAID, 2007, Sub-Saharan Africa, USAID, Washington, DC, viewed August 13, 2007, http://www.usaid.gov/locations/sub-saharan_africa/.

(48) Collier, P., 2004, Development and conflict, Centre for the Study of African Economics, Oxford University and United Nations, Economic and Social Development, viewed August 13, 2007, http://www.un.org/esa/documents/Development.and.Conflict2.pdf.

(49) Amnesty International, 2007, Africa: The state of human rights, AllAfrica.com, May 24, viewed August 13, 2007, http://allafrica.com/stories/200705240372.html.

(50) UNAIDS, 2006, Report on the global AIDS epidemic 2006, Joint United Nations program on HIV/AIDS, May, viewed August 13, 2007, http://www.unaids.org/en/HIV_data/2006GlobalReport/default.asp.

(51) Amnesty International, 2007, Africa: The state of human rights, AllAfrica.com, May 24, viewed August 13, 2007, http://allafrica.com/stories/200705240372.html.

(52) CNN, 2007, African Journalist Awards, 2007, CNN, Atlanta, GA, viewed August 13, 2007, http://www.cnn.com/WORLD/africa/africanawards/.

(53) Wikipedia, 2007, Live Aid, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 13, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Live_Aid.

(54) Live 8, 2007, Charity Projects, London, viewed August 13, 2007, http://www.live8live.com/.

(55) Putzel, J. and van der Zwan, J., 2005, *Why Templates for media development do not work in crisis states,* Crisis States Research Center, London School of Economics, London, viewed August 13, 2007, http://www.crisisstates.com/download/publicity/FINAL.MEDIA.REPORT.PDF.

(56) IFEX, 2007, Uganda: Independent radio station closed, journalist charged, International Freedom of Expression Exchange, Toronto, viewed August 13, 2007, http://www.ifex.org/en/content/view/full/44/.

(57) Beckett, C. and Kyrke-Smith, L. (eds.), *Development, governance and the media: The role of the media in building African society,* POLIS, London School of Economics, London, viewed August 13, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/polis/pdf/DGMfullreport.pdf.

(58) CNN, 2007, African Journalist Awards, CCN, Atlanta, GA, viewed August 13, 2007, http://edition.cnn.com/WORLD/africa/africanawards/winners.html.

(59) Zachary, G.P., 2007, Media and development, *Africa Works,* January 23, viewed August 13, 2007, http://africaworksgpz.com/g-pascal-zachary/.

(60) BBC World Service Trust, 2006, *Research summary report: African media development initiative,* BBC World Service Trust, London, p. 43, viewed August 13, 2007, http://downloads.bbc.co.uk/worldservice/trust/pdf/AMDI/AMDI_summary_Report.pdf.

(61) Nyirubugara, O., 2007, Mobile reporters in Africa, *Africa News,* July 25, viewed August 13, 2007, http://www.africanews.com/site/list_messages/10175.

(62) Kenya Unlimited, 2007, Kenyan blogs webring, viewed August 13, 2007, http://www.kenyaunlimited.com/kenyan-blogs-webring/.

Blog Africa, 2007, Global Voices, Cambridge, MA, viewed August 13, 2007, http://www.blogafrica.com/.

(63) *The Zimbabwean,* 2007, The Zimbabwean Limited, Hythe, viewed August 13, 2007, http://www.thezimbabwean.co.uk/index.cfm?id=199&linkid=35&siteid =1.

(64) Bloomfield, S., 2007, Boom in blogs gives Africans a voice on the web, Independent.co.uk, August 2, viewed August 13, 2007, http://news.independent.co.uk/world/africa/article2826183.ece.

(65) Heavens, A., 2005, African blogers find their voice, *BBC Focus on Africa magazine,* December 20, viewed August 13, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/africa/4512290.stm.

(66) Sleepless in Sudan, 2007, Sleepless in Sudan. Uncensored, direct from a dazed & confused aid worker in Darfur, Sudan, viewed August 13, 2007, http://sleeplessinsudan.blogspot.com/2005_10_01_archive.html.

(67) Kalonji, C., 2007, Cedric au Congo, Democratic Republic of Congo, viewed August 13, 2007, http://cedric.uing.net/.

(68) Ibid.

(69) Ibid.

(70) Bankelele, 2007, Economic Matrix, Bankelele, July 29, viewed August 13, 2007, http://bankelele.blogspot.com.

(71) Soremi, T., 2007, Rape of the Niger Delta, My Thots, July 26, viewed August 13, 2007, http://titilayoobishineshine.blogspot.com/.

(72) Sarpong, O., 2007, South Africans – what are they doing, Sarpong Obed – ready to chew, July 31, viewed August 13, 2007, http://sarpongobed.blogspot.com/.

(73) Sarpong, O., 2007, A Western evil, Sarpong Obed – ready to chew, August 3, viewed August 13, 2007, http://sarpongobed.blogspot.com/.

(74) BBC World Service Trust, 2006, *Research summary report: African media development initiative,* BBC World Service Trust, London, p. 103, viewed August 13, 2007, http://downloads.bbc.co.uk/worldservice/trust/pdf/AMDI/AMDI_summary_Report.pdf.

(75) McNair, B., 2007, *An introduction to political communication (communication & society),* London: Routledge, p. 6.

(76) Trippi, J., 2007, Democracy reborn, digitally, *Sunday Times* (London), June 10, p. 19, viewed September 13, 2007, Lexis Nexis.

الفصل الرابع: محاربة قوة الشر

(1) Khan, M., 2007, Khan's Statement, *The Telegraph,* September 2, viewed August 30, 2007, http://www.telegraph.co.uk/news/main.jhtml?xml=/news/2005/09/02/wterr302.xml.

(2) BBC Radio 4, 2006, *Analysis: Telling Muslim stories,* radio programme, BBC, London, December 28, viewed September 13, http://news.bbc.co.uk/1/hi/programmes/analysis/6199779.stm.

(3) Jenkins, S., 2007, The British media does not do responsibility. It does stories, *The Guardian,* May 18, viewed July 30, 2007, http://media.guardian.co.uk/broadcast/comment/0,,2082508,00.html.

(4) BBC News, 2007, Misbah parents reach settlement, BBC News, January 18, viewed September 13, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/scotland/highlands_and_islands/6273641.stm.

(5) BBC Radio 4, 2006, *Analysis: Telling Muslim stories,* radio programme, BBC, London, December 28, viewed September 13, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/programmes/analysis/6199779.stm.

(6) Ibid.

(7) Select Committee on Office of the Deputy Prime Minister, House of Commons, 2004, Memorandum by Nick Carter, Editor of

the *Leicester Mercury* (SOC 74), Housing, Planning, Local Government and the Regions Written Evidence, May 5, viewed August 30, 2007, http://www.publications.parliament.uk/pa/cm200304/cmselect/cmodpm/45/45we17.htm.

(8) 9/11 Truth, 2007, 9/11Truth.org, Kansas City, MO, viewed August 30, 2007, http://www.911truth.org/index.php?topic=contacts.

(9) McLeod, J., 2007, Glasgow bomber and online jihadist, *Canada Free Press,* August 21, viewed August 30, 2007, http://www.canadafreepress.com/2007/cover082107.htm.

(10) Lammy, D., 2006, Diversity in the media – the twin challenge, POLIS lecture, London College of Communication, October 18, viewed August 30, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/polis/davidlammytranscript.htm.

(11) Ofcom, 2007, UK's Ethnic minority groups watch less TV but compare well on mobile and broadband take-up, June 21, Ofcom, London, viewed July 30, 2007, http://www.ofcom.org.uk/media/news/2007/06/nr_20070621.

(12) Munro, J. email to the author July 10, 2007.

(13) Urquhart, C., 2007, The girl who urges children to fight Israel … with clean teeth, *The Observer,* August 26, viewed August 30, 2007, http://www.guardian.co.uk/israel/Story/0,,2156377,00.html.

(14) Media12312345, 2007, Hamas "Mickey Mouse" wants Islam takeover, *YouTube,* viewed August 30, 2007, http://www.youtube.com/watch?v=pCNGJtIg73s.

(15) Fouda, R., 2006, Aljazeera – a different voice in the world?, POLIS The news we deserve lecture series, London School of Economics, October 2, viewed August 30, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/LSEPublicLecturesAndEvents/events/2006/20060904t1239z001.htm.

(16) Ibid.

(17) Birt, Y., 2007, POLIS Reporting Muslims and Extremism seminar, July 5, London School of Economics, viewed September 13, 2007, www.lse.ac.uk/collections/polis/pdf/FINAL%20MUSLIM%20SEMINAR%20REPORT.doc.

(18) Wikipedia, 2007, Ed Husain, The Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 30, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/Ed_Husain.

الفصل الخامس: يمكننا جميعًا أن نكون أبطالًا خارقين

(1) Goldhammer, G., 2007, Media must learn to think beyond the medium, Below the Fold, April 28, viewed August 30, 2007, www.belowthefold.typepad.com/my_weblog/2007/04/media-must-lear.html.

(2) Schlosser, E., 2005, *Fast food nation,* London: Harper Perennial.

(3) *Fahrenheit 9/11,* 2004, documentary motion picture, produced by Lions Gate Films, directed by Michael Moore.

(4) Armitage, T., 2006, 2007 and the "next" big media thing, *New Statesman,* July 31, viewed August 30, 2007, http://www.newstatesman.com/200607310067.

(5) McLeary, P., 2007, How TalkingPointsMemo beat the big boys on the U.S. Attorney story, *Columbia Journalism Review,* March 15, viewed August 30, 2007, http://www.cjr.org/behind_the_news/how_talkingpointsmemo_beat_the.php?page=2.

(6) Jarvis, J., 2006, New rule: Cover what you do best. Link to the rest., The Buzz Machine, July 5, viewed August 30, 2007, http://www.buzzmachine.com/2007/02/22/new-rule-cover-what-you-do-best-link-to-the-rest/.

(7) Stephens, M., 2007, Beyond the news, *Columbia Journalism Review,* January/February, viewed September 13, 2007, http://www.cjr .org/feature/beyond_the_news.php?page=5.

(8) Leigh, D. and Evans, R., 2007, The BAE files, *Guardian Unlimited,* viewed August 30, 2007, http://www.guardian.co.uk/baefiles/.

(9) Smith, P., 2007, Guardian investigators share BAE bribery exposé on the web, PressGazette.co.uk, July 23, viewed September 13, 2007, http://www.pressgazette.co.uk/story.asp?storycode=38280.

(10) Wikipedia, 2007, The Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 1, 2007, http://www.wikipedia.org/.

(11) *Encyclopaedia Britannica,* 2007, Encyclopaedia Britannica UK Ltd, London, viewed August 1, 2007, http://info.britannica.co.uk/?jlnk= hsl0010.

Giles, J., 2005, Internet encyclopaedias go head to head, December 14 (updated March 28, 2006), *Nature,* viewed August 1, 2007, http:// www.nature.com/news/2005/051212/full/438900a.html.

(12) Glaister, D., 2005, LA Times “wikitorial” gives editors red faces, *The Guardian,* June 22, viewed August 2007, http://www.guardian.co.uk/ international/story/0,1511745,00.html.

(13) Wikinews, 2007, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 1, 2007, http://en.wikinews.org/wiki/Main_Page.

(14) BBC News Online, 2007, US university shooting kills 33, BBC, 17 April, viewed August 1, 2007, http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/ americas/6560685.stm.

Garfunkel, J., 2007, Virginia Tech shooting: Can media get beyond retroactive response to tragedy?, Mediashift, PBS, April 20, viewed August 1, 2007, http://www.pbs.org/mediashift/2007/04/virginia_tech_ shootingcan_medi.html.

(15) Cohn, D., 2007, VA Tech and the changing role of citi-zen networks, Newassignment.net, April 17, viewed August 1, 2007, http://citmedia.org/blog/2007/04/17/virginia-tech-how-media-are-evolving/.

(16) Bradshaw, P. (ed.), 2007, Wiki journalism: Are wikis the new blogs? Wikijournalism: Front Page, viewed August 30, 2007, http://wikijournalism.pbwiki.com/.

(17) Sholin, R., 2007, Further notes on the new journalism skillset, *Invisible Inkling,* February 5, viewed September 13, 2007, http://www.ryansholin.com/2007/02/05/further-notes-on-the-new-journalism-skillset/.

(18) Surowiecki, J., 2005, *The wisdom of crowds,* New York, Anchor Books.

(19) Tumber, H., 1999, *News: A reader,* Oxford: Oxford University Press, pp. 79–81.

(20) 24weeks.com, 2007, ESP Metanational LLP, viewed August 1, 2007, http://www.24weeks.com/about#Espra-an_Evolutionary_Tool.

Hallett, T., 2007, BBC's new media boss tal-ks web 3.0, Silicon.com, London, July 3, viewed August 1, 2007, http://networks.silicon.com/webwatch/0,39024667,39167725,00.htm.

(21) Ofcom, 2007, *Media Literacy,* Ofcom, viewed August 30, 2007, http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/.

(22) Ibid.

(23) About, 2007, Creative Commons, San Francisco, CA, viewed August 30, 2007, http://creativecommons.org/about/.

About, 2007, Free Software Foundation, Boston, MA, viewed August 30, 2007, http://www.fsf.org/about.

(24) Ashley, J., 2006, In defence of professional columnists, Comment is Free, *Guardian Unlimited,* May 18, viewed August 30,

2007, http://commentisfree.guardian.co.uk/jackie_ashley/2006/05/in_defence_of_professional_col.html.

(25) Beckett, C. (ed.), 2007, The Future of News Seminar 4: The practicalities and politics of online journalism, POLIS, London School of Economics, 24 May, viewed 30 August 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/polis/pdf/Future%20of%20News%204%20report.doc.

(26) O'Reilly, T., 2007, Draft blogger's code of conduct, O'Reilly Radar, August 4, viewed September 13, 2007, http://radar.oreilly.com/archives/2007/04/draft_bloggers_1.html.

(27) Ewan MacIntosh, viewed November 2007, http://edu.blogs.com/ewanmcintosh/.

(28) Ibid.

(29) Ibid.

(30) Mansell, R., 2007, Introductory remarks, Third Informal Thematic Debate: Civilizations and the Challenge for Peace: Obstacles and Opportunities, United Nations General Assembly 61st Session, May 11, viewed August 30, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/polis/crossingboundaries.htm.

(31) Lippmann, W., 1922 *Public opinion*, New York: Free Press; Dewey, J. 1927, *The public and its problem.* New York: Holt.

(32) Chouliaraki, L., pers. comm., September 6, 2007.

(33) Mansell, R., 2007, Introductory remarks, Third Informal Thematic Debate: Civilizations and the Challenge for Peace: Obstacles and Opportunities, United Nations General Assembly 61st Session, May 11, viewed August 30, 2007, http://www.lse.ac.uk/collections/polis/crossingboundaries.htm.

(34) Wikipedia, 2007, John Pilger, Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 13, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/John_Pilger.

Johnpilger.com, 2007, Doward, O. ITV, London, viewed August 13, 2007, http://www.johnpilger.com/page.asp?partID=5.

(35) Wikipedia, 2007, P.J. O'Rourke, The Wikimedia Foundation, St. Petersburg, FL, viewed August 31, 2007, http://en.wikipedia.org/wiki/P._J._O'Rourke.

O'Rourke, P.J., 2007, *P.J. O'Rourke,* New York: Grove/Atlantic, Inc., viewed August 31, 2007, http://www.groveatlantic.com/grove/bin/wc.dll?groveproc~genauth~568~0.

(36) Bell, M., 1996, *In harm's way,* New York: Penguin.

(37) Silverstone, R., 2006, *Media and morality: On the rise of the mediapolis,* Cambridge: Polity Press.

(38) Ibid, p. 117.

(39) Polis, viewed 12 December 2007, www.lse.ac.uk/Polis.

(40) Silverstone, R., 2006, *Media and morality: On the rise of the mediapolis,* Cambridge: Polity Press, p. 162.


هنداوي